Dal **9 NOVEMBRE 2020**
Al **15 NOVEMBRE 2020**

LATTERIE inalpi

RASSEGNA STAMPA

9 NOVEMBRE – LARGO CONSUMO

NECROLOGI

Egidio Invernizzi, uno dei fondatori delle **Latterie Inalpi** di Moretta (CN), è morto all'età di 83 anni. A 29 anni aveva aperto la ditta omonima, primo passo verso la costituzione di Inalpi che negli anni, sotto la sua guida e della famiglia, è cresciuta facendosi apprezzare per i suoi prodotti.

9 NOVEMBRE – LOGISTICA & TRASPORTI

La pandemia ha enfatizzato la strategicità di una filiera logistica in grado di reagire tempestivamente e con efficacia. Questo porterà a un'accelerazione dei processi di selezione delle imprese. Il protocollo TCR è uno strumento importante per consentire alle aziende di "guardarsi dentro" in un'ottica di miglioramento continuo

a cura Alessandro Ferri, Presidente OTCR

In un contesto come quello attuale, aggravato dall'emergenza Coronavirus, dove tutti i nostri riferimenti sembrano vacillare, ogni cosa risulta insicura e il clima generale è di paura. Tutto diventa più difficile, il timore prevale su qualsiasi decisione da prendere e, se la questione riguarda l'azienda, elevatissimo è il rischio di non considerare tutti gli aspetti del percorso che portano alla decisione. Questi due fattori, la paura e il livello di rischio, risultano oggettivi nei casi in cui non si ha la certezza di conoscere tutti i processi e quindi i punti di forza e di debolezza della propria azienda. Nel settore della logistica e del trasporto,

Oggi tutte le aziende stanno vivendo un momento difficile, di cambiamento e di riposizionamento, accelerato e appesantito dagli effetti della pandemia

per la maggior parte delle organizzazioni non è così semplice gestire e controllare il processo di gestione aziendale e spesso ci si concentra soltanto su quella parte del processo utile alle necessità di un cliente specifico, o alla esigenza del momento richiesta dal mercato, tralasciando magari altri aspetti ritenuti meno importanti o di minore urgenza. Ma questa modalità, ovviamente, non consente di avere una visione completa dell'azienda e aumenta il rischio di non poter reagire tempestivamente e con efficacia al primo imprevisto. Insieme a tanti altri motivi, interni ed esterni all'organizzazione, la mancanza di controllo del processo aziendale è sicuramente una delle più importanti e determinanti cause che trascinano il trasportatore a rappresentare "l'anello debole" della catena logistica, pur essendo la sua parte vitale, perché, di fatto, unisce tutti gli altri anelli, rappresentati dai diversi attori della filiera. Il protocollo TCR, Transport Compliance Rating si propone come aiuto concreto per superare questa situazione di criticità.

Il Transport Compliance Rating

Il TCR è uno strumento sponsorizzato dall'Osservatorio TCR, ente no profit formato da aziende committenti e realtà del settore quali Ferrero, Bayer, Bormioli Rocco, Conad, Iper la Grande I, Fonti di Vinadio - Acqua Sant'Anna, Campari Group, Casillo Group, Latteria Soresina, Vicenzi Group, Gruppo Sacchi, Latterie Inalpi Spa. Obiettivo dell'Osservatorio è aggregare tutte le aziende sensibili alle problematiche dell'autotrasporto, proponendo suggerimenti, azioni e strumenti a beneficio dell'intera filiera logistica. Nato e sponsorizzato dalla committenza come soluzione al problema della conoscenza concreta e approfondita dei propri fornitori, il protocollo TCR è molto utile anche al trasportatore e all'operatore logistico, per conoscere la propria azienda attraverso una valutazione trasversale di parte terza. La valutazione riguarda la struttura e l'organizzazione, il rispetto ambientale, le coperture assicurative, l'utilizzo delle tecnologie e dei sistemi informativi, i livelli di sicurezza riguardanti il prodotto trasportato, i luoghi di lavoro e la sicurezza stradale, l'integrità e la reputazione aziendale. La valutazione esprime un rating finale con un report e il trasportatore o l'operatore logistico hanno la possibilità di sapere e quindi di presentare in modo oggettivo tutti i propri requisiti di conformità. Lo standard è disponibile per tutte le aziende di trasporto e di logistica, indipendentemente dalla loro tipologia e dalle dimensioni. Il protocollo TCR non è uno strumento pensato per l'utilizzo ai fini della classificazione e segmentazione dell'offerta presente sul mercato, ma ha come unico obiettivo quello di assegnare un rating rispetto ai requisiti identificati nell'azienda di trasporto o nell'operatore logistico. A oggi, non risultano esistere sono strumenti sul mercato che affrontano la tematica della valutazione di un fornitore in modo così trasversale e completo come il TCR, ne è prova la valutazione positiva che ne danno sia i trasportatori che già hanno ottenuto il rating, sia quelli che stanno affrontando il percorso TCR.

Guardarsi dentro per crescere

La grande forza del protocollo è infatti quella di consentire all'imprenditore del trasporto di comprendere dove, nella sua azienda, sussistono aree di miglioramento su cui investire, evitando un inutile dispendio di risorse e indirizzando gli sforzi dove veramente necessario in un processo di miglioramento contino. Il trasportatore si sente, così, più consapevole della propria realtà e - una volta ottenuto il rating e il report finale che contiene tutto il tracciamento del percorso effettuato - affronta il mercato e quindi la committenza con un livello professionale molto più elevato e completo. I risultati di questo primo anno di lavoro ci hanno dato una certezza: il protocollo TCR è lo strumento da adottare in questo momento così incerto. Oggi tutte le aziende stanno vivendo un momento difficile di cambiamento e riposizionamento, accelerato e reso più pesante dagli effetti della pandemia da Covid-19. Uno degli insegnamenti che anche l'opinione pubblica ha tratto da questa immane tragedia globale è quello della strategicità di una filiera logistica in grado di intervenire in caso di lockdown, più o meno esteso come aree e come tempi, per garantire i beni essenziali, i farmaci, i presidi medici e quanto altro necessario alla sopravvivenza e alla quotidianità della popolazione, soprattutto per quanto riguarda gli strati più deboli e più esposti, come gli anziani e i bambini. Una filiera, autotrasportatori e logistici in primis, che dovrà essere immediatamente reattiva senza perdere in efficacia e in efficienza, sapendo tenere sotto controllo i costi per non far pesare le isteresi di una domanda sempre meno prevedibile sul conto economico e in ultima istanza sulla profittabilità e sulla sana gestione dell'azienda.

In questo percorso l'adozione del protocollo TCR potrà fare la differenza, consentendo a tutte le aziende, ma soprattutto a quelle che mostrano maggiori criticità e vogliono crescere, di migliorare attraverso l'adozione di una modalità nuova, che consenta di rimettersi in gioco, partendo dal "guardarsi dentro" per capire e affrontare al meglio ciò che il mercato richiede: competenza, affidabilità e velocità.

9 NOVEMBRE – DM MAGAZINE

Il comparto, nell'anno terminante a settembre, ha registrato un aumento a valore del +32,9% rispetto all'anno precedente con un giro d'affari che supera di poco i 642 milioni di euro. L'emergenza sanitaria ha sicuramente contribuito alla performance positiva di farine e ingredienti per dolci portando al consolidamento dell'impastare e del "fare in casa".

Nell'anno terminante a settembre 2020 (dati Nielsen, totale Italia: Iper+Super+Liberi Servizi+Discount), le vendite delle farine e ingredienti per dolci (prodotto confezionato peso imposto) nella grande distribuzione ha registrato un aumento a valore del +32,9% rispetto all'anno precedente con un giro d'affari che supera di poco 642 milioni nel periodo in analisi (fonte: Nielsen Market*Track, AT 27/09/20). «Per quanto riguarda i singoli segmenti – spiega **Vincenzo Esposito di Nielsen** – risultano in crescita sia le farine con +35,9% a valore, sia gli ingredienti per pasticceria con +29,8% a valore. In generale, assistiamo a un aumento dei prezzi medi, ovvero +2,6 Đ/Unit, e a una diminuzione della pressione promozionale, -3,9 punti percentuali, che in media sul totale Italia è pari al 10,9% dei pezzi venduti».

Aree e superfici distributive

La percentuale maggiore dei valori è generata dall'Area 1 (28%), seguita dalle aree 4, 3 e 2. La crescita delle farine e ingredienti per dolci si riscontra in tutta la Penisola, con performance superiori al 30% a valore in tutte le Aree. Le superfici distributive principali per questo segmento sono i supermercati, dove si realizza il 45% dei valori. Sempre in termini di sales location seguono gli ipermercati con il 23% dei valori. Il trend positivo della categoria è trainato proprio da questi due canali con un contributo alla crescita a valore rispettivamente del +15,9% e +6,8%. Risulta comunque rilevante anche l'apporto dei discount (+4,5% a valore) e dei liberi servizi (+5,8% a valore).

L'effetto lockdown

Durante il periodo di emergenza sanitaria dovuta al Covid-19 abbiamo assistito a un cambiamento sostanziale delle abitudini di acquisto e di consumo con un grande consolidamento del "fare in casa" e dell'impastare. «Nei mesi interessati dal lockdown – spiega **Beatrice Bassi, responsabile comunicazione e marketing Molino Spadoni** – abbiamo registrato un forte incremento delle vendite sia delle farine classiche sia dei nostri preparati, dai più tradizionali, come il preparato Torte Leggere con farina di grano tenero 00, amido e fecola, a referenze più innovative come la Farina che lievita con farina 00 e agente lievitante già miscelati per realizzare preparazioni dolci e salate». Ar.pa Lieviti ha evidenziato uno sprint

importante della Gdo durante il lockdown con un aumento degli acquisti del Lievito secco attivo, mentre le tipologie merceologiche che hanno dato i migliori risultati nel primo semestre sono state il Lievito per dolci, lo zucchero vanigliato, la vaniglia, il cacao amaro e la fecola di patate. Per appagare il bisogno degli italiani di mettere le mani in pasta alcuni player del comparto si sono prontamente attivati implementando la propria offerta. «Per soddisfare le esigenze dei consumatori – dichiara **Chiara Rossetto, amministratrice delegata Molino Rossetto** – abbiamo aumentato i formati di alcuni dei nostri prodotti più richiesti, come nel caso del nuovo pack di Farina di grano tenero "00" disponibile nel maxi formato da 1,5 kg, sanificabile, confezionato in ATM (in assenza di ossigeno) e perfettamente sigillato, che assicura assenza di dispersioni a scaffale e durante il trasporto e una shelf life maggiore, pari a 24 mesi. Inoltre, la Farina d'Avena, tra i nostri prodotti più venduti, è passata da 400 a 900 g, mentre la Farina W330 è stata proposta nel formato da 1 kg. Con la stabilizzazione dei consumi in Fase 2, la linea di referenze sanificabili si è inoltre arricchita di Farina Manitoba e Farina Integrale 100% grano italiano, entrambe da 1 kg».

La riscoperta di prodotti meno raffinati

I consumatori sono oggi alla ricerca di farine meno raffinate e altamente versatili in cucina. Proprio per questo Molino Spadoni ha introdotto sul mercato la Farina di Grani Antichi Italiani macinata a pietra, una referenza utilizzabile in diverse preparazioni e caratterizzata da texture e colore più grezzi. Il prodotto è nato per esaltare le varietà di grano italiano del passato, puntando sull'italianità e sull'autenticità della materia prima, e su un tipo di lavorazione artigianale che rimanda alle origini dell'arte molitoria. Un'altra novità del brand è la Farina Grezza, una miscela con farina tipo 1 macinata a pietra 100% italiana con l'aggiunta di germe di grano e crusca

Ruggeri propone referenze con proprietà benefiche

Ruggeri-Laboratorio Italiano Farine, dal 2004 azienda di riferimento nella commercializzazione di farine, lieviti e preparati per pane, pizza e dolci, punta sempre di più su prodotti ricchi di proprietà benefiche per l'organismo. Una delle ultime novità, infatti, è la Farina di Avena, una referenza a base di avena, cereale molto ricercato per le sue qualità nutrizionali e ampiamente utilizzato da chi segue uno stile di vita attivo e attento al benessere. Questa farina, in confezione da 400 g, è ad alto contenuto di fibre e fonte di proteine ed è perfetta per ricette di panificati e dolci, in particolar modo per la realizzazione di pancakes.

a foglia larga. «Questa referenza – spiega Beatrice Bassi – è frutto di una ricerca molto impegnativa e rappresenta una proposta unica sul mercato. Ha un alto tasso di servizio, come tutte le miscele pronte all'impiego, ed è insieme anche un prodotto che rientra nel segmento degli arricchiti di materie prime in grado di conferire un plus salutistico alla referenza». Nella stessa direzione anche **Molino Pasini** con la Linea Primitiva, gamma ideale per panificazione e pasticceria composta da Primitiva Tipo 1, Primitiva Tipo 2 e Primitiva Integrale. La referenza è realizzata a partire da una selezione di grani pregiati macinati a tutto corpo, per far riscoprire il gusto e il profumo "di una volta". Molto ricca di fibre, proteine e minerali che conferiscono ai prodotti realizzati un sapore e un aroma unici nel loro genere. Tra le farine più apprezzate di Ruggeri, invece, c'è 'arifa', una farina biologica con farina di farro spelta e farina di tipo 1, molto versatile e quindi ottima anche per la preparazione di dolci. A seguire, la farina di Farro Spelta e la farina di Grano Saraceno.

Spazio a ingredienti e preparati ad alto contenuto di servizio

I preparati per dolci sono molto graditi dai consumatori per l'alto contenuto di servizio che li caratterizza. Per quanto riguarda Ruggeri «tra i preparati per dolci – spiega **Roberto Pregnolato, direttore commerciale e marketing di Ruggeri** – stanno performando bene sia i due preparati Dolce Paradiso, disponibili nelle versioni classica e al cacao, sia i mix completi della linea Amordolce, nelle varianti

DR. SCHÄR LANCIA IL MIX-C PER BISCOTTI E TORTE

Lo scaffale dei preparati per dolci senza glutine si arricchisce con una novità firmata Schär: il Mix-C, una miscela specificamente studiata per preparare biscotti e torte. La nuova referenza permette di ottenere impasti senza grumi e facili da lavorare e contiene ingredienti senza glutine per natura, di alta qualità nutrizionale, come la farina di lenticchie che apporta fibre e proteine vegetali. Oltre a essere gluten free, Mix-C è anche senza lattosio, rispondendo alle esigenze di chi soffre di disturbi correlati al consumo di glutine e lattosio.

L'innovazione non si ferma

Nell'ambito degli ingredienti per pasticceria, cameo ha da poco lanciato una nuova referenza di Cacao amaro con il brand Paneangeli, intercettando un segmento di mercato potenziale. «Il nostro nuovo prodotto – dichiara **Camilla Rota, trade marketing manager di cameo** – offre ai consumatori un contenuto di servizio nettamente superiore rispetto a quanto è presente nel mercato con una confezione che permette un dosaggio corretto per l'utilizzo del cacao sia come ingrediente in una preparazione sia come decorazione finale di un dolce». Paneangeli conferma il suo desiderio di essere ogni giorno vicino ai consumatori che sperimentano ai fornelli con una nuova campagna di comunicazione dove il brand si pone come magico alleato di tutti i consumatori, a prescindere dalle loro esperienze, abilità e preferenze in cucina, sia a livello di ingredienti utilizzati che di attrezzature, al fine di realizzare ottimi dolci. Proposte innovative anche per Italcanditi: «I prodotti verso i quali riscontriamo maggiore interesse e propensione – spiega **Lorenzo D'Incecco, direttore commerciale Italcanditi** – rispondono fondamentalmente a due requisiti: qualità e innovazione. La capacità di proporre ricette sempre più naturali con etichetta pulita e offrire soluzioni tecnologiche innovative garantiscono differenziazione e successo». L'assortimento dell'azienda comprende numerosi ingredienti per la pasticceria spaziando dalla frutta candita alle creme per la farcitura di dolci, dalle marmellate e composte ai preparati per yogurt e gelato, fino ad arrivare ai marron glacé.

classica e con frutti di bosco. I mix della linea Amordolce sono perfetti per preparare muffin, plumcakes e pancakes, grazie anche a un recente perfezionamento della ricetta che abbiamo messo a punto. Rispetto alle farine, i preparati completi per dolci sono cresciuti di più, in virtù dell'alto contenuto di servizio: riducono i tempi e semplificano i processi di preparazione assicurando nello stesso tempo qualità e risultato professionale». **Barilla** è presente nel comparto con la Miscela per Torte Mulino Bianco, un mix di farina di grano tenero tipo "00" e amido di frumento (per il 30%), che rende il prodotto particolarmente adatto alla preparazione di dolci, non solo soffici torte, ma anche crostate e biscotti friabili. Il prodotto, in commercio già da qualche anno, oltre a essere stato di recente oggetto di restyling a livello di packaging, è stato anche protagonista di un riscoperto interesse grazie alla sempre maggiore passione per la cucina da parte di molti consumatori.

Senza glutine con gusto

Il segmento gluten free si amplia con nuove proposte sfiziose che riescono a garantire alte prestazioni e un ottimo profilo nutrizio-

nale grazie alla costante ricerca che sta alla base di ogni referenza. «Le nostre farine in generale stanno dando risultati soddisfacenti – afferma **William Galletti, head of sales Gdo Italia Schär**, azienda leader nella nutrizione senza glutine – perché consentono di ottenere ottimi risultati nella ricettazione: in particolare, le farine più apprezzate sono quelle dotate di una miglior resa in termini di facilità di manipolazione degli impasti». L'assortimento di farine del brand copre le diverse esigenze della giornata e comprende sia specifici mix diversificati in funzione delle differenti preparazioni, quale ad esempio Mix-B per il pane e i lievitati, sia mix estremamente versatili come Mix-It! Universale. Anche **Sarchio** è presente nel segmento senza glutine con alcune referenze, come il Mix per dolci, che va ad aggiungersi al Mix per pane e al Mix per pane integrale. Si tratta di proposte biologiche, gluten free, naturalmente prive di lattosio e ricche di fibre, confezionate in pack a base di materiali green e 100% riciclabili nella carta, contrassegnate dal claim "I Love My Planet". In particolare, il Mix per dolci è ideale per realizzare ogni tipo di ricetta dolce: dalle torte lievitate ai biscotti, dalla pasta frolla alle classiche ciambelle. Ar.pa Lieviti ha invece recentemente lanciato il Mix di farine senza glutine, un prodotto molto versatile che può essere utilizzato per la realizzazione di paste brisée, biscotti, pancakes, ma è perfetta anche per pane, focacce e preparazioni salate. «L'innovativa miscela – sottolinea **Carla Gherardi, presidente di Ar.pa Lieviti** – presenta caratteristiche nutrizionali ideali per un'alimentazione sana ed equilibrata: contiene

INALPI VALORIZZA LA FILIERA CORTA E CERTIFICATA

Tra gli ingredienti per la pasticceria, il burro è sicuramente un elemento chiave. Lo sa bene Inalpi, azienda lattiero casearia di Moretta (Cn), che offre ai consumatori il Burro di Filiera Latterie Inalpi da panna di centrifuga da latte 100% di filiera corta e controllata. Un prodotto sinonimo di trasparenza, anche grazie al pack da cui si può risalire alla stalla di provenienza del latte con il quale è stata realizzata quella singola confezione di Burro di Filiera. Un'altra formulazione è il Burro Chiarificato Latterie Inalpi, burro da panna di centrifuga da latte 100% piemontese di filiera corta e certificata, con il 99,8% di materia grassa e naturalmente privo di lattosio. Un prodotto particolarmente indicato in cottura per l'elevata resistenza alle alte temperature e quindi apprezzato nell'industria dolciaria, ma anche in cioccolateria. In cucina può essere utilizzato per la preparazione di ottimi dolci, ma anche per leggerissime fritture o per approntare salse o creme. Ed infine il Burro Tecnico Latterie Inalpi, creato grazie a un moderno impianto di cristallizzazione dal quale si ottiene un prodotto dalle caratteristiche uniche, con un grado di plasticità che lo rende ideale per la realizzazione di croissant e sfoglie.

un'elevata percentuale di farina di teff, esclusivamente integrale, che possiede una quantità di crusca superiore rispetto ad altri cereali, contribuendo, così, alla quotidiana regolarità intestinale. Il Mix è anche ricco di calcio, vitamine, aminoacidi e inulina, un prebiotico che, associato ad un corretto stile di vita, aiuta l'organismo a ridurre l'assorbimento di colesterolo».

I consumatori apprezzano la versatilità

Il mondo delle farine lascia spazio alla creatività dei consumatori in cucina, poiché spesso una farina è indicata per la preparazione di diverse ricette, da quelle dolci a quelle salate, consentendo una grande sperimentazione. In questo senso, Molino Rossetto sta lavorando al restyling della linea di farine di mais in un'ottica di attrattività che permette al brand di creare una macchia a scaffale altamente riconoscibile per i consumatori e di trasmettere la versatilità di un prodotto il cui utilizzo può andare al di là della realizzazione della polenta classica, intercettando così anche un target giovane e creativo. Anche **Molino Nicoli** è presente nel segmento delle farine di mais con una serie di prodotti. Tra le farine gialle per polenta, l'azienda ha raccolto un particolare apprezzamento per Integra, referenza realizzata "come una volta" con solo granturco integrale con fibra e germe (100%), coltivato nelle valli e nella pianura bergamasca, da filiera controllata di origine italiana.

Crescono gli investimenti nel digital

Puntare su una comunicazione integrata con una particolare attenzione per il mondo digital sembra essere una strategia vincente per le aziende del comparto per aumentare la propria visibilità e fortifi-

Molino Casillo, un rebranding nel segno del futuro

Molino Casillo, azienda pugliese che dal 1958 produce e commercializza farine e semole di qualità, ha intrapreso un progetto di rebranding che guarda al futuro: un progetto strutturato che comprende una nuova strategia di business e un nuovo posizionamento, un piano di comunicazione integrato all'insegna dell'innovazione e del digital, un nuovo logo, nuove miscele di farine 100% grano italiano e packaging rinnovato e sostenibile e un importante testimonial Luca Argentero. "Con questo progetto – afferma **Francesco Casillo, presidente e ad Molino Casillo** – vogliamo fare un importante passo entrando a tutti gli effetti nel mondo della marca attraverso un importante percorso di brand identity, sia nel mercato del retail sia in quello artigianale dei professionisti. Abbiamo lavorato per costruire un brand forte e nuovo, prendendo spunto sempre dal nostro passato, fatto di esperienza e qualità". Le nuove linee di farine e semole Molino Casillo – spiega Vito Maurogiovanni Direttore Commerciale - fanno parte di una nuova gamma di prodotto, premium e superpremium, ampia e diversificata, composta da 5 linee distinte 100% grano italiano per il mercato consumer e seguiranno altre 8 linee per il settore professional. Tutti i nuovi pack - spiega Antonella Tota - Responsabile Marketing di Molino Casillo - sono realizzati con carta certificata FSC proveniente da fonti forestali gestite responsabilmente, completamente riciclabile. Inoltre la nuova immagine è all'insegna della linearità, della pulizia e della semplicità. Colori pastello con tocchi creativi 'innovativi' che danno al nuovo pack system una forte riconoscibilità".

care il rapporto con i consumatori. «Supportiamo le attività di Schär – spiega William Galletti – con strumenti di comunicazione integrata per una visibilità completa, concepite anche tramite l'utilizzo di nuovi touchpoint e sempre più in partnership con le insegne. Il tutto rafforzato da una comunicazione digital costante tutto l'anno e intensificata in specifici periodi. Per offrire ai nostri consumatori suggerimenti qualificati di utilizzo delle nostre farine, abbiamo sviluppato un ricettario, in collaborazione con lo chef Antonio Paolino, che contiene ricette gluten free dolci e salate, indicate sia per preparazioni quotidiane sia per ricorrenze speciali». Oltre a presidiare i canali tradizionali, Ruggeri sta dando una forte spinta alla comunicazione online, coinvolgendo foodblogger, potenziando gli spunti creativi nell'utilizzo dei propri prodotti e mettendoli a disposizione del consumatore per realizzare ottime preparazioni casalinghe.

L'importanza della sostenibilità

L'attenzione alla salvaguardia ambientale e la sensibilità verso un tema tanto attuale si concretizzano non solo nella proposta di prodotti sostenibili nelle ricettazioni e nei packaging, ma anche nella costruzione di un sistema virtuoso che coinvolge numerosi aspetti. Inalpi, con il piano investimenti 2021-2025, abbraccia a pieno titolo i Sustainable Development Goals, i 17 obiettivi previsti dall'Agenda 2030 dell'Onu e sottoscritti dai 193 Paesi membri, che costituiscono un appello all'azione per porre fine alla povertà, migliorare la salute e l'istruzione, ridurre le disuguaglianze e proteggere il nostro pianeta con iniziative sostenibili che rispettano l'ambiente. «La filiera corta e certificata del latte – fanno sapere dall'azienda – è il principale riferimento a cui guardare per riconoscere quei valori e quegli obiettivi sui quali l'Agenda pone la propria attenzione. Una filiera basata su un protocollo, sottoscritto da ogni conferitore, i cui cinque pilastri fondanti attribuiscono valore fondamentale alla qualità della materia prima prodotta, al benessere animale, all'impatto ambientale, all'agricoltura e al rispetto dei diritti umani e dei lavoratori».
Il tema della sostenibilità riveste carattere di centrale importanza anche in Italcanditi/Vitalfood. «Dal 2009 – dichiara **Lorenzo D'Incecco, direttore commerciale di Italcanditi** – abbiamo costruito un sistema virtuoso per produrre energia da fonti rinnovabili. Distribuiti su una superficie di 4mila mq, i pannelli fotovoltaici ci forniscono 400 Kw al giorno di energia, mentre dal biogas recuperato dalla depurazione di acque reflue ricaviamo altri 500 Kw di energia al giorno. Inoltre, abbiamo aderito al progetto "The Global Contact", programma istituito dalle Nazioni Unite per la salvaguardia del nostro pianeta attraverso la sostenibilità».■

9 NOVEMBRE – CORRIERE DI TORINO (CORRIERE DELLA SERA)

A Nordovest

Il sorpasso

Se l'alimentare corre più forte dell'automotive

Non solo vino, panettoni e tartufi. Nel paniere del food della Granda ci sono le minerali (San Bernardo, Sant'Anna e Valmora), il cioccolato (oltre a Ferrero: Venchi e Nutkao), il caffè (Excelsior), le marmellate (Agrimontana), il latte e il burro (Inalpi), i formaggi (Biraghi e Fattorie Osella), le caramelle (Italgelatine), pane e grissini (Panealba), pastifici (Michelis) le nocciole Marchisio e anche il cibo per animali domestici (Monge e Cerere) . Un'esercito di brand dell'agroalimentare che ha attivato una filiera di Pmi specializzate in impianti industriali e packaging che sta trainando il comparto dell'agritech. Tanto che il

2020 potrebbe rivelarsi l'anno dello storico sorpasso industriale. La stagione in cui l'export del food, prodotto in larga parte nel cuneese, supererà quello torinese dell'auto. Nei primi sei mesi dell'anno le esportazioni di vetture dal Piemonte sono crollate a 3 miliardi di euro. Dietro, con i fanali accesi c'è l'agroalimentare, che vale 2,7 miliardi di beni venduti all'estero. Una cifra che però non conta tutta la meccanica che fa girare i forni e gli impianti del food. E non è un caso se la provincia di Cuneo è quella che ha retto meglio i colpi del lockdown.

C. B.

9 NOVEMBRE – ALIMENTANDO

09 NOVEMBRE 2020 - 10.44

Gelati Pepino, Inalpi e Galup insieme per un Natale d'eccellenza

DOLCI/SALATI

Avigliana (To) – In occasione del Natale, Gelati Pepino 1884, in partnership con Galup, azienda alimentare italiana specializzata nella produzioni di dolci, e Inalpi, realtà lattiero casearia di Moretta (Cuneo), propone il Panettone e il Gelattone. Il Panettone è il classico panettone Galup, prodotto con burro di filiera da panna di centrifuga Latterie Inalpi, svuotato e farcito con Gelato Pepino alla crema. Il Gelattone, invece, sfrutta proprio il ripieno dei panettoni, spezzettato a mano e aggiunto alla morbida e vellutata crema. Due prodotti d'eccellenza legati alla tradizione che si mescolano in combinazioni alternate. Il panettone ripieno di gelato alla crema è disponibile nel formato da 130 e 700 g, mentre il gelato alla crema, arricchito con pezzi di panettone, è in vendita nel Mezzolitro da 380 g.

TAGS: GALUP, GELATI PEPINO 1884, INALPI

9 NOVEMBRE – LIBERO 247

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

... individuando come partner l'Inalpi di **Moretta** per la trasformazione con i suoi impianti di ... moderno ed efficiente di crescita, indispensabile per affrontare le sfide del **mercato** sempre più ...

Targatocn.it - 29-9-2020

Persone: compral chialva
Organizzazioni: gruppo compral
Luoghi: san martino
Tags: logo sfida

Moretta: Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

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

Targatocn.it - 28-9-2020

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

Inalpi cresce e apre al mercato degli yogurt bio

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

Torino Oggi.it - 28-9-2020

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

10 NOVEMBRE – UNHCR

III edizione del Premio Welcome – Working for Refugee Integration per promuovere l'inclusione dei rifugiati in Italia

L'UNHCR ha premiato oggi con il logo Welcome – Working for Refugee Integration 121 aziende che nel 2019 si sono contraddistinte per aver favorito l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia.

10 Nov 2020

© UNHCR/Annie Sakkab

L'UNHCR, Agenzia ONU per i Rifugiati, ha premiato oggi con il logo ***Welcome – Working for Refugee Integration*** 121 aziende che nel 2019 si sono contraddistinte per aver favorito l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia.

In questa terza edizione del premio, l'UNHCR ha assegnato inoltre il logo ***We Welcome*** a 52 cooperative, onlus, fondazioni, associazioni di categoria, sindacati, servizi per il lavoro ed enti locali che, a vario titolo, si sono impegnati per favorire l'inclusione nel mercato del lavoro dei richiedenti asilo e beneficiari di protezione internazionale.

Con l'assegnazione di questi due loghi di qualità, l'UNHCR ha voluto certificare il contributo delle aziende e degli enti vincitori ad una società più inclusiva nei confronti di chi è stato costretto a fuggire da guerre, violenze e persecuzioni.

"Il Made in Italy riflette non solo prodotti di altissima qualità, ma anche valori sociali quali l'accoglienza e la diversità, e l'imprenditoria italiana è capace di ispirare il mondo non solo a livello commerciale ma anche a livello umano", ha dichiarato Chiara Cardoletti, Rappresentante UNHCR per l'Italia, la Santa Sede e San Marino. "La cosa che mi ha colpito di più delle storie di inclusione che ho ascoltato è di sentir parlare di rifugiati assunti come di talenti, di persone che vogliono superarsi e di portatori di arricchimento e di creatività. Invesire in loro ha portato inoltre nuova energia fra i dipendenti trasformando la diversità in un grande vantaggio per le aziende", ha proseguito Chiara Cardoletti. "I rifugiati hanno una gran voglia di contribuire e dare una mano al paese che li ha accolti, sopratutto in un momento di grande difficoltà, anche per le aziende. Solo con un sistema di solidarietà globale potremmo superare questa situazione difficile".

Il progetto Welcome – Working for refugee integration è sostenuto dal Ministero del Lavoro, da Confindustria e dal Global Compact Network. Si avvale inoltre del supporto della Fondazione Tent e della Commissione Europea.

Questa terza edizione del premio è stata caratterizzata da una partecipazione di prestigio ed in continua crescita. Il numero di aziende candidate è cresciuto infatti del 112 per cento in soli tre anni, a riprova del forte impegno del settore privato nel promuovere l'inclusione lavorativa e sociale dei rifugiati.

Complessivamente, dal 2017, oltre 240 fra aziende ed altri enti sono stati premiati per aver favorito l'inserimento lavorativo di 4.500 rifugiati, ampliando l'orizzonte della loro responsabilità sociale e promuovendo la realizzazione di percorsi di integrazione condivisi e partecipativi.

"Siamo onorati di ricevere questo riconoscimento da UNHCR a testimonianza dell'impegno del Gruppo Lavazza nell'ambito della responsabilità sociale di impresa", ha commentato Marco Lavazza, Vice Presidente Lavazza Group. "Non si può lasciare unicamente alle istituzioni e al terzo settore il compito di gestire il processo di integrazione dei rifugiati. Tutti gli attori sono chiamati a fare la loro parte e l'imprenditoria, con senso di responsabilità nei confronti delle comunità in cui opera, può dare un contributo decisivo. Il nostro progetto A.A.A. nasce con l'obiettivo di creare occasioni di inclusione, di crescita economica e sostenibilità".

Fra i keynote speakers che hanno partecipato all'evento di premiazione anche Oscar Farinetti, Creatore e Fondatore di Eataly: "Io mi ribello all'ingiustizia sociale dell'esclusione e del razzismo attraverso il mio mestiere che è l'impresa. E quindi sento il dovere di accogliere, a braccia aperte. Sono naturalmente portato alla multiculturalità e all'inclusione perché è bellezza", ha detto Farinetti. "Eataly è onoratissima di ricevere questo premio da UNHCR. Eataly nel suo piccolo, fin dalle sue origini, ha accolto. Ho solo avuto soddisfazioni da persone che arrivano da altre culture, da altre storie, da altre tradizioni. Ora è il momento di passare dall'accoglienza, all'inclusione e all'interazione".

"Siamo particolarmente onorati in Reale Mutua per questo premio che ci è stato dato dall'UNHCR", ha commentato Luca Filippone, Direttore Generale di Reale Mutua. "Reale Mutua da ben 192 anni opera ispirandosi al principio della mutualità, centralità delle persone e dello sviluppo sostenibile. Sul tema dei rifugiati siamo venuti in contatto con UNHCR attraverso il progetto Power Coders, che ci sta permettendo di inserire diversità nell'ambito del nostro gruppo e di dare concretezza a progetti di sostenibilità che abbiano impatti sociali, positivi e misurabili".

È interventuta all'evento anche Yury Erazo, giovane rifugiata che ha trovato protezione e lavoro in Italia grazie ad un progetto di inserimento lavorativo con The Adecco Group Italia. "In Honduras lavoravo in banca. Ho dovuto lasciare il mio paese e sono venuta in Italia. All'inizio non è stato facile iniziare da capo", ha raccontato. "Ho lavorato già in due aziende qui in Italia e sono felice perché ho trovato delle persone che hanno creduto in me. È stato un grande cambiamento rispetto a come mi sentivo all'inizio: ho imparato l'italiano, ho iniziato a lavorare, ho imparato tante cose nuove e sviluppato le competenze che portavo dal mio paese. Noi rifugiati possiamo dare un gran contributo ai paesi che ci ospitano."

La premiazione è stata inoltre l'occasione del lancio del nuovo sito dedicato al progetto, welcome.unhcr.it, che contiene storie, materiali e altri strumenti utili alla diffusione del progetto e allo scambio e condivisione di buone prassi.

Infine, a partire da oggi sono aperte le candidature per la quarta edizione di Welcome – Working for refugee integration.

FINE

Il video sul progetto Welcome – Working for refugee integration e, disponibile a questo link:
https://youtu.be/22HlzFEFNws

Per maggiori informazioni:

https://welcome.unhcr.it/

Federico Fossi, fossi@unhcr.org, +39 349 084 3461

Le aziende vincitrici 2019

WELCOME. WORKING FOR REFUGEE INTEGRATION

GRANDI AZIENDE

BARILLA G. E R. FRATELLI, S.P.A., CAFFAREL, CARREFOUR ITALIA, EATALY DISTRIBUZIONE SRL, FCA EMEA, FLUNCH ITALIA, GUCCI, HOTEL CORPORATION OF EUROPE, IKEA ITALIA RETAIL SRL, INTERCOS EUROPE, IPSOS SRL, JW MARRIOTT VENICE RESORT & SPA – LA SESSOLA SERVICE SRL, LATTERIE INALPI, LEROY MERLIN ITALIA S.R.L., LUIGI LAVAZZA S.P.A., MANTERO SETA, MDP MANAGEMENT SRL (MANDARIN ORIENTAL, MILAN), MIDAS ITALIA SPA, NH ITALIA SPA, PANINO GIUSTO, PONTEVECCHIO, RANDSTAD ITALIA, REALE MUTUA ASSICURAZIONI, SODEXO ITALIA, SPONTINI, STUDIO PROFESSIONALE ASSOCIATO A BAKER MCKENZIE, THE ADECCO GROUP ITALIA, UNIQLO.

PICCOLE E MEDIE AZIENDE

AGRICOLTURA, SILVICOLTURA E PESCA: AGRICOLA CALAFATA – SOCIETÀ COOPERATIVA AGRICOLA SOCIALE, APICOLTURA FORTINI IVANO, APICOLTURA MELE DAVIDE, APICOLTURA VALLERA DI DAVIDE BOSIO, AZIENDA AGRICOLA "ELILU" DI ELISA GASTALDI, AZIENDA AGRICOLA BERTRONE MARIO, AZIENDA AGRICOLA IL PERACCIO DI FOLCO MASIERO, AZIENDA AGRICOLA LA SOLDANELLA SOCIETA' SEMPLICE AGRICOLA, AZIENDA AGRICOLA MAGNANI ALBERTO, AZIENDA AGRICOLA MELLISAPE, AZIENDA AGRICOLA ORTO RICCI, AZIENDA AGRITURISTICA LA CANIGIANA, AZIENDA AMUSA MIELE, CAPONI FRANCO, CASCINA DANESA, I RESILIENTI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, MARAMAO, POSTA GUEVARA SOC. COOP AGRICOLA S.R.L, SOCIETA' AGRICOLA AGAPE SS DI BASSI G. E ROTTOLI F.

SERVIZI DI ALLOGGIO E DI RISTORAZIONE:, ACCOGLIERE SCS, AL KHARUB COOPERATIVA SOCIALE, BICI&CIBI DI LIA ARIANNA, BLUSERENA SPA, CAMPING FLORENZ DI VITALI GIANFRANCO, CREMERIA ISLANDA DI ZANACCA CRISTINA, G.A.G. S.R.L., GO SRL I GOD SAVE THE FOOD, ITINERE SOC. COOP. SOC., KÀBULAGNA, MAIEMI, MEDITERRANEA 2 SNC DI MASTRULLO, PASTORI E OLMO, MESCOLANZE IMPRESA SOCIALE S.R.L. – OSTERIA DEL PONTE, MIRTILLO ROSSO, OSTERIA DEI MERAVIGLIATI, PET NAT SRL SOCIETÀ BENEFIT (E/N ENOTECA NATURALE), POORMANGER DI RECIBA SRL, ROOSTER STREET FOOD ROTISSERIE, SENZA TEMPO DI LIA LUPINO.

ATTIVITÀ MANIFATTURIERE: 3DLASER SRL, BARIDA ORD, C.F.A. S.R.L., CARTIERA SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, COOPERATIVA SOCIALE S. AGOSTINO, EURO BETA, F.LLI FERRIGNO COSIMO E GIUSEPPE SNC, FA PANIFICAZIONE SRL, FORNO MAURIZI, GRAPHISERVICE S.R.L, MARCHESINI GROUP SPA, MARMO INOX SRL, MOVISTAR S.R.L., NOVA SIRIA, PAOLO POLLI S.A.S DI BORDINO PAOLO E C., SABATINO VETTORI, STERIGENICS ITALY

COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO E RIPARAZIONE DI AUTOVEICOLI E MOTOCICLI: ALFARAEE SRL, COMMERCIALE LUCANA LAMIERE E PARAURTI, COOPERATIVA SOCIALE QUID, CRONO S.R.L., IL DELFINO SRL UNIPERSONALE, LAUTO LAVAGGIO DI LALI RAHMAT, MAGNABOSCO GUIDO SRL, STANNAH MONTASCALE SRL, STAZIONE GOMME & SERVICE SRL, TIRESIAS SRL.

SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE: CASCINA BIBLIOTECA, COOPERATIVA QUADRIFOGLIO S.C. ONLUS, COOPERATIVA SOCIALE PICTOR, ORIENTA, PULIMPIU' SRL, QUALITY LAB, TOBILI'.

ALTRI SETTORI: ARCADIS ITALIA SRL, ASSOCIAZIONE CULTURALE, LIGNARIUS ARTE E RESTAURO – APS, ASSOCIAZIONE LACHESI, ASSOCIAZIONE PROGETTO SAN CARLO, ASSOCIAZIONE SPAZZI DI CAMPAGNA ONLUS, CASA DI RIPOSO G.B.TAYLOR, CE.F.A.S. – CENTRO DI FORMAZIONE ED ALTA SPECIALIZZAZIONE, COMUNE DI BRUNATE, COOPERATIVA SOCIALE SIAMO, COOPERATIVA SOCIALE YABBOQ ONLUS, EXPERIM, GAMEC – ASSOCIAZIONE PER LA GALLERIA D'ARTE MODERNA E CONTEMPORANEA, GEA SERVICE SRL, LAB LAVANOLO, LGD SOCIETÀ COOPERATIVA, LORO GINO, OZONO FACTORY APS, PIEMONTE PONTEGGI, SYNESTHESIA, W.E.M. WASTE ENGINEERING MANAGEMENT SRL, WEB & COM DI VELLUTO SERGIO.

WE WELCOME

AMICO SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE, AFG ASSOCIAZIONE FORMAZIONE GLOBALE , ARCA DI NOÈ SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, ARCHÈ IMPRESA SOCIALE S.R.L., ARCI COMITATO TERRITORIALE DI BRINDISI, ASP CITTÀ DI BOLOGNA, ASS. LE VIGNE, ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE SOCIALE "CAMBALACHE", ASSOCIAZIONE DIAKONIA ONLUS, ASSOCIAZIONE DON BOSCO 2000 – IMPRESA SOCIALE, ASSOCIAZIONE GEOS ONLUS, BABEL COOPERATIVA SOCIALE ONLUS, C.I.D.A.S. – COOPERATIVA INSERIMENTO DISABILI ASSISTENZA SOLIDARIETÀ SOC. COOP. A R.L. IMPRESA SOCIALE, C.V. – CREARE VALORE, CEFAL EMILIA ROMAGNA, CIDIS ONLUS- CENTRO DOCUMENTAZIONE, INFORMAZIONE ED INIZIATIVA PER LO SVILUPPO, CIES ONLUS, COMUNE DI MILANO – CELAV (CENTRO DI MEDIAZIONE AL LAVORO), CONSORZIO INTERCOMUNALE SOCIO ASSISTENZIALE "VALLE DI SUSA", CONSORZIO INTERCOMUNALE SOCIO ASSISTENZIALE C.I.S.A. ASTI SUD, CONSORZIO MATRIX – COOPERATIVA SOCIALE, CONSORZIO MESTIERI PUGLIA, COOPERATIVA ANIMAZIONE VALDOCCO, COOPERATIVA SOCIALE IL SESTANTE ONLUS, COOPERATIVA SOCIALE ONLUS MEDIHOSPES, CRESCEREINSIEME, CROCE ROSSA ITALIANA COMITATO DI MILANO, CSD DIACONIA VALDESE – SERVIZI INCLUSIONE, DEDALUS COOPERATIVA SOCIALE, DIALOGOS SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, ENERGHEIA IMPRESA SOCIALE SRL, ESSERCI S.C.S., EXAR SOCIAL VALUE SOLUTIONS, FONDAZIONE CARITAS DELL'ARCIDIOCESI DI PESCARA – PENNE ONLUS, FONDAZIONE CONSULENTI PER IL LAVORO, I GIRASOLI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE E DI SOLIDARIETÀ, I.F.O.A. ISTITUTO FORMAZIONE OPERATORI AZIENDALI, IBLEA SERVIZI TERRITORIALI SOC. COOP. SOCIALE – ONLUS, IMMAGINAZIONE E LAVORO, K_ALMA, L.E.S.S., SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE A R.L. – ETS – LOTTA ALL'ESCLUSIONE, SOCIALE PER LA SOSTENIBILITÀ E LA TUTELA DEI DIRITTI, LE SOLEIL COOPERATIVA SOCIALE, ON THE ROAD SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE, PROGETTO ACCOGLIENZA & INTEGRAZIONE SOCIETÀ COOPERATIVA ONLUS, PROGRAMMA INTEGRA, RETE IAL, SANITARIA DELFINO COOPERATIVA SOCIALE, START REFUGEES, UN MONDO DI GIOIA, UNIONE SINDACALE REGIONALE CISL CAMPANIA, WONDERLAND, ZEROCENTO.

10 NOVEMBRE – AGENPARL

PREMIO WELCOME – WORKING FOR REFUGEE INTEGRATION PER PROMUOVERE L'INCLUSIONE DEI RIFUGIATI IN ITALIA

by Redazione 10 Novembre 2020 0 9

(AGENPARL) – mar 10 novembre 2020 Rome, 10 novembre 2020
III edizione del Premio Welcome – Working for Refugee Integration
per promuovere l'inclusione dei rifugiati in Italia
L'UNHCR, Agenzia ONU per i Rifugiati, ha premiato oggi con il logo Welcome – Working for Refugee Integration 121 aziende che nel 2019 si sono contraddistinte per aver favorito l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia.
In questa terza edizione del premio, l'UNHCR ha assegnato inoltre il logo We Welcome a 52 cooperative, onlus, fondazioni, associazioni di categoria, sindacati, servizi per il lavoro ed enti locali che, a vario titolo, si sono impegnati per favorire l'inclusione nel mercato del lavoro dei richiedenti asilo e beneficiari di protezione internazionale.
Con l'assegnazione di questi due loghi di qualità, l'UNHCR ha voluto certificare il contributo delle aziende e degli enti vincitori ad una società più inclusiva nei confronti di chi è stato costretto a fuggire da guerre, violenze e persecuzioni.
"Il Made in Italy riflette non solo prodotti di altissima qualità, ma anche valori sociali quali l'accoglienza e la diversità, e l'imprenditoria italiana è capace di ispirare il mondo non solo a livello commerciale ma anche a livello umano", ha dichiarato Chiara Cardoletti, Rappresentante UNHCR per l'Italia, la Santa Sede e San Marino. "La cosa che mi ha colpito di più delle storie di inclusione che ho ascoltato è di sentir parlare di rifugiati assunti come di talenti, di persone che vogliono superarsi e di portatori di arricchimento e di creatività. Investire in loro ha portato inoltre nuova energia fra i dipendenti trasformando la diversità in un grande vantaggio per le aziende", ha proseguito Chiara Cardoletti. "I rifugiati hanno una gran voglia di contribuire e dare una mano al paese che li ha accolti, sopratutto in un momento di grande difficoltà, anche per le aziende. Solo con un sistema di solidarietà globale potremmo superare questa situazione difficile".
Il progetto Welcome – Working for refugee integration è sostenuto dal Ministero del Lavoro, da

Confindustria e dal Global Compact Network. Si avvale inoltre del supporto della Fondazione Tent e della Commissione Europea.

Questa terza edizione del premio è stata caratterizzata da una partecipazione di prestigio ed in continua crescita. Il numero di aziende candidate è cresciuto infatti del 112 per cento in soli tre anni, a riprova del forte impegno del settore privato nel promuovere l'inclusione lavorativa e sociale dei rifugiati.

Complessivamente, dal 2017, oltre 240 fra aziende ed altri enti sono stati premiati per aver favorito l'inserimento lavorativo di 4.500 rifugiati, ampliando l'orizzonte della loro responsabilità sociale e promuovendo la realizzazione di percorsi di integrazione condivisi e partecipativi.

"Siamo onorati di ricevere questo riconoscimento da UNHCR a testimonianza dell'impegno del Gruppo Lavazza nell'ambito della responsabilità sociale di impresa", ha commentato Marco Lavazza, Vice Presidente Lavazza Group. "Non si può lasciare unicamente alle istituzioni e al terzo settore il compito di gestire il processo di integrazione dei rifugiati. Tutti gli attori sono chiamati a fare la loro parte e l'imprenditoria, con senso di responsabilità nei confronti delle comunità in cui opera, può dare un contributo decisivo. Il nostro progetto A.A.A. nasce con l'obiettivo di creare occasioni di inclusione, di crescita economica e sostenibilità".

Fra i keynote speakers che hanno partecipato all'evento di premiazione anche Oscar Farinetti, Creatore e Fondatore di Eataly: "Io mi ribello all'ingiustizia sociale dell'esclusione e del razzismo attraverso il mio mestiere che è l'impresa. E quindi sento il dovere di accogliere, a braccia aperte. Sono naturalmente portato alla multiculturalità e all'inclusione perché è bellezza", ha detto Farinetti. "Eataly è onoratissima di ricevere questo premio da UNHCR. Eataly nel suo piccolo, fin dalle sue origini, ha accolto. Ho solo avuto soddisfazioni da persone che arrivano da altre culture, da altre storie, da altre tradizioni. Ora è il momento di passare dall'accoglienza, all'inclusione e all'interazione".

"Siamo particolarmente onorati in Reale Mutua per questo premio che ci è stato dato dall'UNHCR", ha commentato Luca Filippone, Direttore Generale di Reale Mutua. "Reale Mutua da ben 192 anni opera ispirandosi al principio della mutualità, centralità delle persone e dello sviluppo sostenibile. Sul tema dei rifugiati siamo venuti in contatto con UNHCR attraverso il progetto Power Coders, che ci sta permettendo di inserire diversità nell'ambito del nostro gruppo e di dare concretezza a progetti di sostenibilità che abbiano impatti sociali, positivi e misurabili".

È interventuta all'evento anche Yury Erazo, giovane rifugiata che ha trovato protezione e lavoro in Italia grazie ad un progetto di inserimento lavorativo con The Adecco Group Italia. "In Honduras lavoravo in banca. Ho dovuto lasciare il mio paese e sono venuta in Italia. All'inizio non è stato facile iniziare da capo", ha raccontato. "Ho lavorato già in due aziende qui in Italia e sono felice perché ho trovato delle persone che hanno creduto in me. È stato un grande cambiamento rispetto a come mi sentivo all'inizio: ho imparato l'italiano, ho iniziato a lavorare, ho imparato tante cose nuove e sviluppato le competenze che portavo dal mio paese. Noi rifugiati possiamo dare un gran contributo ai paesi che ci ospitano."

La premiazione è stata inoltre l'occasione del lancio del nuovo sito dedicato al progetto, welcome.unhcr.it, che contiene storie, materiali e altri strumenti utili alla diffusione del progetto e allo scambio e condivisione di buone prassi.

Infine, a partire da oggi sono aperte le candidature per la quarta edizione di Welcome – Working for refugee integration.

FINE

Il video sul progetto Welcome – Working for refugee integration e, disponibile a questo link: https://youtu.be/22HlzFEFNwsSito web: welcome.unhcr.itPer maggiori informazioni:

Le aziende vincitrici 2019

WELCOME. WORKING FOR REFUGEE INTEGRATION

GRANDI AZIENDE

BARILLA G. E R. FRATELLI, S.P.A., CAFFAREL, CARREFOUR ITALIA, EATALY DISTRIBUZIONE SRL, FCA EMEA, FLUNCH ITALIA, GUCCI, HOTEL CORPORATION OF EUROPE, IKEA ITALIA RETAIL SRL, INTERCOS EUROPE, IPSOS SRL, JW MARRIOTT VENICE RESORT & SPA – LA SESSOLA SERVICE SRL, LATTERIE INALPI, LEROY MERLIN ITALIA S.R.L., LUIGI LAVAZZA S.P.A., MANTERO SETA, MDP MANAGEMENT SRL (MANDARIN ORIENTAL, MILAN), MIDAS ITALIA SPA, NH ITALIA SPA, PANINO GIUSTO, PONTEVECCHIO, RANDSTAD ITALIA, REALE MUTUA ASSICURAZIONI, SODEXO ITALIA, SPONTINI, STUDIO PROFESSIONALE ASSOCIATO A BAKER MCKENZIE, THE ADECCO GROUP ITALIA, UNIQLO.

PICCOLE E MEDIE AZIENDE

AGRICOLTURA, SILVICOLTURA E PESCA: AGRICOLA CALAFATA – SOCIETÀ COOPERATIVA AGRICOLA SOCIALE, APICOLTURA FORTINI IVANO, APICOLTURA MELE DAVIDE, APICOLTURA

VALLERA DI DAVIDE BOSIO, AZIENDA AGRICOLA "ELILU" DI ELISA GASTALDI, AZIENDA AGRICOLA BERTRONE MARIO, AZIENDA AGRICOLA IL PERACCIO DI FOLCO MASIERO, AZIENDA AGRICOLA LA SOLDANELLA SOCIETA' SEMPLICE AGRICOLA, AZIENDA AGRICOLA MAGNANI ALBERTO, AZIENDA AGRICOLA MELLISAPE, AZIENDA AGRICOLA ORTO RICCI, AZIENDA AGRITURISTICA LA CANIGIANA, AZIENDA AMUSA MIELE, CAPONI FRANCO, CASCINA DANESA, I RESILIENTI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, MARAMAO, POSTA GUEVARA SOC. COOP AGRICOLA S.R.L, SOCIETA' AGRICOLA AGAPE SS DI BASSI G. E ROTTOLI F.

SERVIZI DI ALLOGGIO E DI RISTORAZIONE:, ACCOGLIERE SCS, AL KHARUB COOPERATIVA SOCIALE, BICI&CIBI DI LIA ARIANNA, BLUSERENA SPA, CAMPING FLORENZ DI VITALI GIANFRANCO, CREMERIA ISLANDA DI ZANACCA CRISTINA, G.A.G. S.R.L., GO SRL | GOD SAVE THE FOOD, ITINERE SOC. COOP. SOC., KÀBULAGNA, MAIEMI, MEDITERRANEA 2 SNC DI MASTRULLO, PASTORI E OLMO, MESCOLANZE IMPRESA SOCIALE S.R.L. – OSTERIA DEL PONTE, MIRTILLO ROSSO, OSTERIA DEI MERAVIGLIATI, PET NAT SRL SOCIETÀ BENEFIT (E/N ENOTECA NATURALE), POORMANGER DI RECIBA SRL, ROOSTER STREET FOOD ROTISSERIE, SENZA TEMPO DI LIA LUPINO.

ATTIVITÀ MANIFATTURIERE: 3DLASER SRL, BARIDA ORD, C.F.A. S.R.L., CARTIERA SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, COOPERATIVA SOCIALE S. AGOSTINO, EURO BETA, F.LLI FERRIGNO COSIMO E GIUSEPPE SNC, FA PANIFICAZIONE SRL, FORNO MAURIZI, GRAPHISERVICE S.R.L, MARCHESINI GROUP SPA, MARMO INOX SRL, MOVISTAR S.R.L., NOVA SIRIA, PAOLO POLLI S.A.S DI BORDINO PAOLO E C., SABATINO VETTORI, STERIGENICS ITALY

COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO E RIPARAZIONE DI AUTOVEICOLI E MOTOCICLI: ALFARAEE SRL, COMMERCIALE LUCANA LAMIERE E PARAURTI, COOPERATIVA SOCIALE QUID, CRONO S.R.L., IL DELFINO SRL UNIPERSONALE, LAUTO LAVAGGIO DI LALI RAHMAT, MAGNABOSCO GUIDO SRL, STANNAH MONTASCALE SRL, STAZIONE GOMME & SERVICE SRL, TIRESIAS SRL.

SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE: CASCINA BIBLIOTECA, COOPERATIVA QUADRIFOGLIO S.C. ONLUS, COOPERATIVA SOCIALE PICTOR, ORIENTA, PULIMPIU' SRL, QUALITY LAB, TOBILI'.

ALTRI SETTORI: ARCADIS ITALIA SRL, ASSOCIAZIONE CULTURALE, LIGNARIUS ARTE E RESTAURO – APS, ASSOCIAZIONE LACHESI, ASSOCIAZIONE PROGETTO SAN CARLO, ASSOCIAZIONE SPAZZI DI CAMPAGNA ONLUS, CASA DI RIPOSO G.B.TAYLOR, CE.F.A.S. – CENTRO DI FORMAZIONE ED ALTA SPECIALIZZAZIONE, COMUNE DI BRUNATE, COOPERATIVA SOCIALE SIAMO, COOPERATIVA SOCIALE YABBOQ ONLUS, EXPERIM, GAMEC – ASSOCIAZIONE PER LA GALLERIA D'ARTE MODERNA E CONTEMPORANEA, GEA SERVICE SRL, LAB LAVANOLO, LGD SOCIETÀ COOPERATIVA, LORO GINO, OZONO FACTORY APS, PIEMONTE PONTEGGI, SYNESTHESIA, W.E.M. WASTE ENGINEERING MANAGEMENT SRL, WEB & COM DI VELLUTO SERGIO,

WE WELCOME

AMICO SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE, AFG ASSOCIAZIONE FORMAZIONE GLOBALE, ARCA DI NOÈ SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, ARCHÈ IMPRESA SOCIALE S.R.L., ARCI COMITATO TERRITORIALE DI BRINDISI, ASP CITTÀ DI BOLOGNA, ASS. LE VIGNE, ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE SOCIALE "CAMBALACHE", ASSOCIAZIONE DIAKONIA ONLUS, ASSOCIAZIONE DON BOSCO 2000 – IMPRESA SOCIALE, ASSOCIAZIONE GEOS ONLUS, BABEL COOPERATIVA SOCIALE ONLUS, C.I.D.A.S. – COOPERATIVA INSERIMENTO DISABILI ASSISTENZA SOLIDARIETÀ SOC. COOP. A R.L. IMPRESA SOCIALE, C.V. – CREARE VALORE, CEFAL EMILIA ROMAGNA, CIDIS ONLUS- CENTRO DOCUMENTAZIONE, INFORMAZIONE ED INIZIATIVA PER LO SVILUPPO, CIES ONLUS, COMUNE DI MILANO – CELAV (CENTRO DI MEDIAZIONE AL LAVORO), CONSORZIO INTERCOMUNALE SOCIO ASSISTENZIALE "VALLE DI SUSA", CONSORZIO INTERCOMUNALE SOCIO ASSISTENZIALE C.I.S.A. ASTI SUD, CONSORZIO MATRIX – COOPERATIVA SOCIALE, CONSORZIO MESTIERI PUGLIA, COOPERATIVA ANIMAZIONE VALDOCCO, COOPERATIVA SOCIALE IL SESTANTE ONLUS, COOPERATIVA SOCIALE ONLUS MEDIHOSPES, CRESCEREINSIEME, CROCE ROSSA ITALIANA COMITATO DI MILANO, CSD DIACONIA VALDESE – SERVIZI INCLUSIONE, DEDALUS COOPERATIVA SOCIALE, DIALOGOS SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE, ENERGHEIA IMPRESA SOCIALE SRL, ESSERCI S.C.S., EXAR SOCIAL VALUE SOLUTIONS, FONDAZIONE CARITAS DELL'ARCIDIOCESI DI PESCARA – PENNE ONLUS, FONDAZIONE CONSULENTI PER IL LAVORO, I GIRASOLI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE E DI SOLIDARIETÀ, I.F.O.A. ISTITUTO FORMAZIONE OPERATORI AZIENDALI, IBLEA SERVIZI TERRITORIALI SOC. COOP. SOCIALE – ONLUS, IMMAGINAZIONE E LAVORO, K_ALMA, L.E.S.S., SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE A R.L. – ETS – LOTTA ALL'ESCLUSIONE, SOCIALE PER LA SOSTENIBILITÀ E LA TUTELA DEI DIRITTI, LE SOLEIL COOPERATIVA SOCIALE, ON THE ROAD SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE, PROGETTO ACCOGLIENZA & INTEGRAZIONE SOCIETÀ COOPERATIVA ONLUS, PROGRAMMA INTEGRA, RETE

11 NOVEMBRE – VIRGILIO

Inalpi riceve riconoscimento dall'agenzia Onu per i Rifugiati

Condividi Invia

Ieri, martedì 10 novembre 2020, Inalpi è stata protagonista, assieme ad altre grandi aziende italiane, della consegna del logo Welcome " Working for Refugee Integration "...

Leggi tutta la notizia

Torino Oggi.it | 11-11-2020 13:21

Categoria: CRONACA

11 NOVEMBRE – VIRGILIO

A Inalpi un premio dell'Unhcr per l'aiuto ai rifugiati

Condividi Invia

INTEGRAZIONE CON IL LAVORO Il 10 novembre Inalpi, la grande azienda del settore lattiero-caseario di Moretta, è stata protagonista, assieme ad altre grandi aziende italiane, della...

Leggi tutta la notizia

Gazzetta d'Alba | 11-11-2020 18:33

Categoria: ECONOMIA

Notizie più lette

3 A Inalpi un premio dell'Unhcr per l'aiuto ai rifugiati

Gazzetta d'Alba | 11-11-2020 18:33

11 NOVEMBRE – TORINOGGI

Inalpi riceve riconoscimento dall'agenzia Onu per i Rifugiati

"Per aver favorito l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia"

Ieri, martedì 10 novembre 2020, Inalpi è stata protagonista, assieme ad altre grandi aziende

italiane, della consegna del logo Welcome - Working for Refugee Integration - riconoscimento conferito da UNHCR - Agenzia ONU per i Rifugiati alle realtà industriali che si sono contraddistinte favorendo l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia.

Un'importante progetto, supportato dal Ministero del Lavoro, da Confindustria e da Global Compact Network che, nato nel 2016, si avvale della fattiva collaborazione della Fondazione Tent e della Commissione Europea.

Il progetto Inalpi era già stato ampiamente raccontato nel settembre 2019, nella splendida e affollata cornice della Sala Consiliare del Comune di Bra, con la presentazione del Bilancio Sociale 2018. Un appuntamento annuale che, in quell'edizione, aveva descritto l'iniziativa il cui senso è stato evidenziato dalle parole di Ambrogio Invernizzi - Presidente Inalpi SpA - *"Siamo stati spesso i primi o gli unici a compiere determinate scelte, a intraprendere un cammino aziendale, introducendo alcune volte delle vere e proprie novità, altre volte tracciando un percorso seguito poi da altri. Ed è proprio questo il senso del Bilancio Sociale 2018, raccontare un progetto che vorremmo diventasse proprietà di altre aziende"*.

In quel documento infatti, si raccontava il cammino che Inalpi aveva avviato già a inizio 2018, in collaborazione con l'Associazione Papa Giovanni XXIII, il cui scopo è stato quello di realizzare una vera e concreta integrazione lavorativa per uomini e donne immigrati, provenienti da storie difficili. Un progetto frutto della convinzione, più che mai attuale, che questa sia la strada per testimoniare la solidarietà verso gli altri: perché lavoro è sinonimo di futuro, ma anche di vita e dignità.

L'attestato ricevuto riveste quindi un'importanza che va ben oltre il suo già rilevante significato, perché per Inalpi è un ulteriore e concreta testimonianza di quel fare filiera, che vive e lavora quotidianamente per il proprio territorio, con impegno e passione, rivolgendo attenzione e supportando la crescita della propria comunità.

comunicato stampa

11 NOVEMBRE – LE-ULTIME-NOTIZIE

Inalpi riceve riconoscimento dall'agenzia Onu per i Rifugiati

Home › Notizie Torino › Torino Oggi

"Per aver favorito l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia"

Ieri, martedì 10 novembre 2020, Inalpi è stata protagonista, assieme ad altre grandi aziende italiane, della consegna del logo Welcome – Working for Refugee Integration – riconoscimento conferito da UNHCR - Agenzia ONU per i Rifugiati alle realtà industriali che si sono contraddistinte favorendo l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia.

Un'importante progetto, supportato dal Ministero del Lavoro, da...
la provenienza: Torino Oggi

11 NOVEMBRE – GAZZETTADALBA

A Inalpi un premio dell'Unhcr per l'aiuto ai rifugiati

11 Novembre 2020 | Altre notizie, Bra | Versione accessibile

INTEGRAZIONE CON IL LAVORO Il 10 novembre Inalpi, la grande azienda del settore lattiero-caseario di Moretta, è stata protagonista, assieme ad altre grandi aziende italiane, della consegna del logo Welcome-Working for refugee integration – riconoscimento conferito da Unhcr, l'agenzia dell'Onu per i rifugiati, alle realtà industriali che si sono contraddistinte favorendo l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia.

Un importante progetto, supportato dal Ministero del lavoro, da Confindustria e da Global compact network che, nato nel 2016, si avvale della fattiva collaborazione della fondazione Tent e della Commissione europea.

Il progetto Inalpi era già stato ampiamente raccontato nel 2019, nella sala consiliare del Comune di Bra, con la presentazione del bilancio sociale 2018. In quel documento si raccontava il cammino che Inalpi aveva avviato già a inizio 2018, in collaborazione con l'associazione Papa Giovanni XXIII, il cui scopo è stato quello di realizzare una vera e concreta integrazione lavorativa per uomini e donne immigrati, provenienti da storie difficili. Un progetto frutto della convinzione, più che mai attuale, che questa sia la strada per testimoniare la solidarietà.

11 NOVEMBRE – NUOVA GAZZETTA DI SALUZZO

FESTA RIMANDATA A MAGGIO 2021 PER IL MARCHIO CHE DÀ LUSTRO A TORRE S. GIORGIO

Panettoni Albertengo, 70 anni super

di **Andrea Caponnetto**

TORRE SAN GIORGIO A maggio era previsto un evento di grande portata, con un parterre di ospiti provenienti da tutto il mondo. La pandemia ha reso necessario "congelare" l'organizzazione e sperare in tempi migliori (chissà, ce lo auguriamo, già a maggio 2021).

La Albertengo di Torre San Giorgio ha da festeggiare il trentesimo compleanno del primo panettone al moscato, uno dei "pezzi" di punta della sua produzione e, insieme, anche il settantesimo anniversario dalla prima infornata di prodotti da ricorrenza.

E' iniziata infatti nel 1950, con un'intuizione rivelatasi rivoluzionaria, l'attività che ha permesso alla ditta Albertengo di avere una crescita costante, diventando un marchio immancabile, sotto le feste natalizie e pasquali, sulle tavole prima del territorio piemontese a seguire di tutta Italia e del mondo. Ma la storia di "mani in pasta" della famiglia risale addirittura a inizio secolo.

IL FORNO

Nel 1905 i panettieri Michele e Lucia utilizzano il forno del paese per sfornare tutti i giorni pagnotte. Hanno 5 figli: Giovanni, Matteo, Rina, Paola e Domenico. Negli Anni '50 Domenico, il più giovane dei fratelli, si sposa con Caterina Leone e, continuando il mestiere dei genitori, decide di sperimentare la lievitazione naturale anche per i panettone.

Tutto nasce da una trovata rischiosa e geniale, le cui dosi mille volte sperimentate diventeranno un segreto di famiglia, un sapere quasi mistico che si tramanda di generazione in generazione.

A questa "ricetta" si unisce una particolare e favorevole condizione climatico-ambientale di Torre San Giorgio, che permette una lievitazione unica nel suo genere.

SOLO PANETTONI

Nel 1972 l'azienda si sposta in via Giolitti, e dal 1975 abbandona la produzione del pane, adibendo una parte dei locali alla vendita diretta al pubblico.

Dagli Anni '80 il mercato si amplia e Domenico Albertengo decide di specializzarsi in un unico prodotto: il più complesso e delicato.

Lo stabilimento aperto nel 1990 infatti è esclusivamente progettato per panettoni e colombe. Queste ultime diventate l'altro prodotto di punta dell'azienda torresangiorgese. Dolcezza senza limiti e confini, un successo spettacolare.

RIPARTIRE SENZA DOMENICO

Nel 1999 viene a mancare il "patron" Domenico. Uomo saggio, innovatore, esempio per i figli e i collaboratori. La famiglia si prende qualche mese di riflessione, poi decide di ripartire, seguendo le sue orme. C'è da affrontare la sfida dei nuovi mercati globalizzati. Un mondo a cui la Albertengo guarda puntando solo sulla qualità e utilizzando un perfetto mix di ingredienti in larga parte della tradizione locale. In questi 20 anni l'azienda è stata guidata da Livia e Massimo, figli di Domenico, sotto l'attenta supervisione di mamma Caterina. Oggi vi muovono i primi passi (ma anche le prime pedalate, visto che all'interno dello stabilimento ci si sposta in bicicletta) i figli di Massimo, Giorgia e Amedeo, entusiasti di questo dolce mondo che però (basta guardare gli orari di papà) comporta anche tanti sacrifici.

LE NOCCIOLE

Dieci anni fa si è capita la portata e la visione di Albertengo: il colossale l'investimento sul nuovo stabilimento di via Cardè. Venti mila metri quadrati con linee a perdita d'occhio e strumenti d'avanguardia. A questo punto si pensa a un altro progetto, aprendo una società agricola per produrre nocciole in Alta Langa. Nella tenuta di San Giorgio Pian delle Violette a Levice si coltivano da 8 anni 14 ettari con 7 mila piante, la metà entrata in produzione lo scorso anno. Per produrre la glassa e decorare con le nocciole intere i panettoni si utilizzeranno d'ora in avanti esclusivamente nocciole dell'azienda di famiglia, macinate a pietra, alla vecchia maniera.

I NUMERI

La Albertengo produce oggi un milione e mezzo di pezzi, per tre quarti panettoni e circa il 25% di colombe. È specializzata nella produzione di maxi formati (5, 10 e 20 kg): due di questi sono stati recentemente messi all'asta nell'evento di beneficenza della Fiera del Tartufo di Alba. Nel clou della stagione produttiva, quella attuale, lavorano nello stabilimento 40 dipendenti e circa 80 stagionali.

SELEZIONE PIEMONTE

Da quest'anno Albertengo ha introdotto una nuova linea, con materie prime piemontesi selezionate: nella produzione 2020 figurano il "Gran Moscato" (con vino delle colline di Santo Stefano Belbo), il "Classico Glassato alle nocciole" (con la Tonda gentile di Levice) e il "Classico senza glassa con uvetta, canditi e burro Inalpi" (Latterie di Moretta).

IN FAMIGLIA Caterina, Massimo, Livia e la quarta generazione: Gioria e Amedeo Albertengo

11 NOVEMBRE – ITALIAATAVOLA

Solo ingredienti piemontesi per il panettone di Albertengo

Pubblicato il 11 Novembre 2020 | 14:22

La selezione è realizzata con la Nocciola Tonda Gentile, il burro da panna di centrifuga di latte piemontese e naturalmente il Moscato delle colline di Santo Stefano Belbo.

Albertengo di Torre San Giorgio in provincia di Cuneo, nata nel 1905 e porta il nome di famiglia, ha realizzato per il **Natale 2020** un nuovo **panettone** prodotto solo con **ingredienti piemontesi**.

L'azienda festeggia i 30 anni di produzione dei panettoni al vino

La **Nocciola Tonda Gentile** utilizzata per la glassa è coltivata nella loro Tenuta San Giorgio di Pian delle Violette a Levice (Cn), piccolo borgo dell'Alta Langa e la macinatura della glassa avviene ancora

oggi con la lavorazione a pietra. Il **burro** da **panna** di **centrifuga** di **latte piemontese** ottenuto dalla filiera corta e controllata di Latterie Inalpi di Moretta (Cn), un burro specifico per la produzione di lievitati.

Fanno parte della Selezione Piemonte; il gran **Piemonte** al **Moscato**, decorato con nocciole intere senza scorze di agrumi con l'utilizzo del Moscato delle colline di Santo Stefano Belbo (Cn); il panettone glassato con uvetta e canditi e quello classico.

Il vino come ingrediente dagli anni 90

Dalla fine degli anni Novanta l'azienda utilizza il **vino** come **ingrediente** del **panettone**. I primi esperimenti sono stati fatti con il Moscato d'Asti, a cui si sono aggiunti i passiti di Moscato, il passito di Pantelleria, la grappa, i distillati e, ultimi, il Brachetto d'Acqui, il Vermouth e il Vin Santo. Il vino resta sempre e solo un componente aggiunto all'impasto.

Proprio nel 2020 si festeggiano i **30 anni** di **produzione** dei **panettoni** al **vino** che oggi copre circa un quarto della loro produzione tutta venduta nel canale specializzato e fuori dalla gdo. I panettoni al vino sono disponibili in tutti i formati anche quelli maxi.

Re dei panettoni "big size"

Infatti, Albertengo è specializzato nella produzione di **grandi formati** (da 5, 10 e 20 kg.). I primi panettoni "big size" uscirono dal forno costruito appositamente nel 1981, negli anni successivi, è stata messa a punto la ricetta del 5 chili; da una decina d'anni, è in produzione il 10 kg. Nel 2018 è stato sfornato il primo **Matusalemme** da 20 chili, ora entrato in catalogo. Viene fatto rigorosamente a mano e necessita di 8 ore di cottura. Dei grandi formati si producono alcune migliaia di pezzi ogni anno, molto richiesti dall'esportazione.

Per informazioni: albertengo.com

12 NOVEMBRE – CORRIERE DI SALUZZO

ALBERTENGO SPA L'azienda dolciaria è punto di riferimento in Italia e all'estero: tra i prodotti più conosciuti quello al moscato nato 30 anni fa

Il regno del panettone è a Torre

I fratelli Massimo e Livia Albertengo

ECCELLENZE DEL SALUZZESE Sono piccole e grandi aziende del territorio che negli anni sono divenute fiore all'occhiello del Made in Italy. Questo mese abbiamo visitato l'azienda dolciaria della famiglia Albertengo.

È a Torre San Giorgio il regno del panettone, paese dove l'azienda Albertengo produce nei periodi di punta 24 mila pezzi al giorno. Panettoni destinati al mercato locale ma per la maggior parte venduti in tutta Italia e in ben 24 Paesi esteri.

Alla guida della società per azioni c'è da sempre la famiglia Albertengo, la signora Caterina Leone presidente, vedova di Domenico colui che diede l'impronta all'azienda, e i figli Massimo e Livia amministratori delegati.

Dal 2010 la Albertengo spa si è trasferita nel nuovo stabilimento di via Cardè sempre a Torre, 23 mila metri quadri di superficie dopo l'ampliamento effettuato nel 2017. Qui nascono i panettoni che hanno conquistato numerose fette di mercato, tanto da fare dell'azienda un'industria leader del settore, anche se i titolari preferiscono pensare alla loro creatura come ad una grande industria artigianale.

Fiore all'occhiello della linea Albertengo è il panettone al moscato, prodotto che ha fatto conoscere il marchio in tutto il mondo. È nato esattamente 30 anni fa, nel 1990, dal felice connubio tra le nobili materie prime utilizzate dall'azienda ed il moscato prodotto dalle migliori aziende vinicole delle Langhe.

Il panettone al moscato non è che uno degli oltre 200 tipi che vengono prodotti a Torre San Giorgio, dove il marchio Albertengo ha sposato la tradizione regionale, dando vita alla "Selezione Piemonte", una ricca gamma di panettoni prodotti con le nocciole coltivate nell'alta Langa in un'azienda agricola di famiglia, preparati con burro di filiera locale grazie all'accordo con il colosso Inalpi di Moretta e col vino moscato di Santo Stefano Belbo. Ma attenzione, se è vero che l'azienda ama utilizzare prodotti locali non lo fa solo per una questione territoriale, ma li utilizza consapevole che prodotti come nocciole e uve moscato prodotti in Piemonte sono tra i migliori al mondo, di una qualità eccelsa. Qualità che è alla base del successo Albertengo, tant'è vero che per altri tipi di panettoni si ricorre, ad esempio, alle arance di Sicilia oppure ai limoni di Sorrento.

Suggestiva veduta serale dello stabilimento di Torre San Giorgio con vista sul Monviso

Bisogna sottolineare altri due aspetti peculiari della produzione Albertengo: il primo è l'affidabilità garantita da una produzione che va dalla lavorazione del prodotto fino al suo confezionamento con tempi di consegna garantiti; il secondo aspetto è la vendita dei prodotti non per la distribuzione organizzata ma per negozi specializzati, in Italia e all'estero, e per oltre il 15% destinata alle grandi multinazionali, come le aziende della moda, che utilizzano il panettone per omaggi ai clienti o per eventi speciali.

Prodotto d'eccellenza molto apprezzato dalla clientela locale, tant'è vero che lo spaccio interno per la vendita al pubblico viene preso d'assalto nei periodi delle feste.

lorenzo francesconi

I NUMERI DELLA ALBERTENGO SPA

38	DIPENDENTI FISSI
22	DIPENDENTI STAGIONALI
1	STABILIMENTO A TORRE S. GIORGIO *DI 23 MILA METRI QUADRATI CALPESTABILI*
1	AZIENDA AGRICOLA A LEVICE
200	RICETTE DI PANETTONE
24	MILA PANETTONI AL GIORNO *PRODUZIONE IN ALTA STAGIONE*
11	MILIONI FATTURATO DEL 2019
60	AGENTI DI VENDITA IN ITALIA
24	PAESI ESTERI DI PRESENZA

LA STORIA: ERA IL 1905...

Famiglia di panettieri, poi 70 anni fa Domenico ebbe un'intuizione

Alla base dell'azienda di Torre San Giorgio c'è la tradizione della famiglia Albertengo nel settore, panificatori fin dall'ottocento.

Nella panetteria del paese, ubicata dove oggi c'è la farmacia, ai primi del novecento lavorano i coniugi Michele e Lucia con i loro cinque figli, Giovanni, Matteo, Rina, Paola e Domenico. Sarà quest'ultimo, il più giovane della famiglia, sposato con Caterina Leone, a dare una svolta all'attività, affiancando alla produzione del pane quella dei dolci ed in particolare del panettone.

Il prodotto piace ed inizia a fare il giro dei dintorni tanto da indurre gli Albertengo a lasciare nel 1975 la panificazione per dedicarsi a tempo pieno alla produzione dei dolci.

Intanto, nel 1972, l'azienda si sposta nella nuova sede di via Giolitti e l'intuizione di Domenico Albertengo si rivela così azzeccata che diventa naturale la decisione di specializzarsi nella sola produzione del panettone. Il marchio Albertengo fa il giro dell'Italia ed inizia ad essere conosciuto all'estero.

Nel dicembre del 1999 Domenico Albertengo viene a mancare ma la strada da lui intrapresa viene portata avanti dalla moglie Caterina e dai figli Massimo e Livia.

Nel 1999 l'azienda si trasforma in società per azioni con Caterina Leone presidente ed i figli Massimo e Livia amministratori delegati. Nel 2010 l'attività si sposta nel nuovo stabilimento di via Cardè che verrà ancora ampliato nel 2017.

Nel frattempo le nuove leve si fanno avanti: i due figli di Massimo, nati dal matrimonio con Anna Serravalle, crescono e saranno loro a portare avanti la tradizione Albertengo. Giorgia ha 20 anni e frequenta il corso di economia aziendale all'università di Torino mentre Amedeo, 14 anni, ha iniziato la scuola alberghiera nel plesso di Barge.

LA CURIOSITA'

Dal 2012 gli Albertengo producono nocciole nelle Langhe

«Nel 2012 abbiamo fatto una scelta un po' pazza - racconta Massimo Albertengo - *volevamo avere un ingrediente che fosse prodotto da noi. Un giorno insieme all'amico Claudio Rosso arriviamo in un paese dopo Cortemilia, a Levice, dove c'era una cascina abbandonata in una zona ritenuta la migliore al mondo per la nocciola. Grazie a lui iniziamo questa avventura nel mondo della nocciola. Compriamo la cascina, la mettiamo a posto e iniziamo a produrre».*

L'azienda agricola si chiama San Giorgio Le Violette, le Violette dal nome del posto. In totale 14 ettari con 7 mila piante di nocciole Piemonte Igp che oggi si può nominare anche Langa. Lo scorso anno il primo raccolto ha fruttato 20 quintali di nocciole, nel 2020 quasi 90; a piena produzione, tra 2-3 anni, l'azienda conta di arrivare ai 150-180 quintali. Da quest'anno oltre alla raccolta, si fa la tostatura e lavorazione in loco grazie ad una collaborazione con un'azienda agricola della zona.

12 NOVEMBRE – CORRIERE DI SALUZZO

MORETTA Verranno suddivisi tra Protezione civile e Croce Rossa

Raccolti 26.000 euro

MORETTA Andranno alla Protezione Civile e Croce Rossa di Moretta i 26mila euro di contributi raccolti attraverso il conto corrente dedicato, attivato dal Comune.

La scorsa primavera, in piena emergenza Covid, il Comune di Moretta aveva aperto un conto corrente dedicato alla raccolta fondi per promuovere azioni a sostegno delle misure di contrasto dell'emergenza epidemiologica.

«*I fondi* - aveva anticipato il sindaco Gianni Gatti - *saranno utilizzati a sostegno della Croce Rossa e della Protezione Civile di Moretta, due associazioni che, fin dal primo giorno di emergenza sanitaria, hanno operato in prima linea per aiutare ad eliminare i disagi della cittadinanza morettese*».

Da un punto di vista fiscale, il decreto "Cura Italia" aveva previsto che per le erogazioni liberali in denaro, effettuate dalle persone fisiche in favore del Comune finalizzate a finanziare gli interventi in materia di contenimento e gestione dell'emergenza, spetta una detrazione dell'imposta lorda ai fini dell'imposta sul reddito pari al 30 per cento, per un importo non superiore a 30 mila euro.

«*A distanza di sei mesi* - continua Gatti - *è tempo di fare il punto sulla situazione, e fornire un resoconto puntuale di quanto è stato raccolto. Siamo andati ben oltre le previsioni, questo significa che i morettesi hanno compreso l'importanza dell'associazionismo e del volontariato. Al di là delle cifre mi preme rimarcare la grande attenzione e lo spirito di comunità dimostrato da Moretta e dai morettesi durante la fase acuta dell'emergenza*».

«*Lavorando insieme, aiutandoci, abbiamo fatto squadra, cercando di non lasciare indietro i più deboli, e di sostenere chi era in difficoltà. La cronaca ci dice che questa emergenza non è finita, ma che ci attende un autunno complicato. Come Comune cercheremo di non mollare la presa, e sostenere il paese*» prosegue il Sindaco.

Grazie al conto corrente aperto in primavera sono stati raccolti 26.171 euro che andranno così suddivisi: 10 mila euro alla Croce Rossa di Moretta e 16mila alla Protezione civile sotto forma di attrezzature e dispositivi necessari all'associazione.

«*Ciò che hanno fatto Croce Rossa e Protezione Civile durante il lockdown e nei mesi successivi è encomiabile – conclude il primo cittadino. – Sono felice che tanti cittadini abbiano voluto premiare il loro operato con una donazione liberale. Accanto a tanti cittadini mi preme ringraziare alcune aziende che hanno fornito un deciso contributo: Vilfer, Inalpi, Alimenta, Millone Serramenti, Prestofresco e azienda agricola Bertea. Grazie per il sostegno*».

Anche sindaco e giunta hanno contribuito versando una quota sul conto corrente.

a. f.

12 NOVEMBRE – SCATTIDIGUSTO

Ristoranti

Stelle Michelin: 10 ristoranti a domicilio in Piemonte per il migliore delivery

10 ristoranti stellati della Guida Michelin in Piemonte, che è zona rossa, hanno predisposto menu per l'asporto o per il delivery

Di **Emanuele Bonati** - 12 Novembre 2020

Delivery e take away. Zona rossa, ma anche arancione, per la ristorazione significa essenzialmente queste due cose. Dedicarsi all'asporto e alle consegne a domicilio.

Il nostro giro dei migliori ristoranti delivery, cioè quelli stellati, continua in Piemonte dopo aver esaminato la Lombardia.

Anche in Piemonte, regione in zona rossa dall'entrata in vigore del nuovo Dpcm a semaforo, ci sono **ristoranti stellati Michelin** che hanno deciso di proseguire la loro attività in modalità asporto o consegna a domicilio.

Ne abbiamo individuati 10, ma tenete conto che molti stanno ancora decidendo il da farsi e altri ancora sono chiusi per le ferie invernali.

1. I Caffi *, Acqui Terme

Al ristorante brasserie **I Caffi**, ad Acqui Terme, la chef **Bruna Cane** propone due menu per l'asporto o il delivery.

Uno più classico, composto composto da Antipasti a 7 , Primi piatti a 9 €, Secondi a 12 € e Dolci a 6 €. Fra i piatti, lo Sformatino di cardi con fonduta di Roccaverano, i Cardi gobbi con fonduta, i Bocconcini di capriolo al ginepro. L'altro è il Menu Gourmet, con piatti come la Tartatin di cipolla con gelato al gorgonzola, 9 €, la Vellutata di topinambour con polpo scottato, 18 €, l'Insalata tiepida di quinoa, riso amaranto, verdurine invernali e gamberi, 18 €.

Per info: tel. +39 0144325206.

2. Il Cascinale Nuovo *, Isola d'Asti

Il ristorante di **Walter Ferretto**, **Il Cascinale Nuovo**, effettua il servizio di consegna a domicilio con un menu che viene rinnovato settimanalmente.

Fra i piatti stagionali, segnaliamo la Bagna Caoda, con verdure già pulite e una bottiglia di Barbera Goj Castlet, per 2 persone, a 60 €. Interessante anche la partnership con I Tre Chef, un laboratorio di pasta d'autore per l'alta ristorazione, per il delivery di

confezioni di pasta artigianale. I tre cuochi sono lo stesso Walter Ferretto, Diego Pattarino e Fulvio Siccardi.

Le consegne si effettuano il venerdì, sabato e domenica, nell'Albese e nell'Astigiano, in un raggio di 50 km circa dal ristorante. Info al tel. +39 0141958166 – +39 3355375039.

3. Larossa *, Alba

Dietro la porta rossa del ristorante **Larossa** dello chef **Andrea Larossa**, in centro ad Alba, l'attività della cucina prosegue con l'asporto e la consegna a domicilio. In carta, una dozzina di voci, compresi il vitello tonnato, gli agnolotti del plin con sugo d'arrosto e i tajarin 50 tuorli con sugo di salsiccia, entrambi a 14 €. Ma anche costine di maiale bbq, 20 €, e tacos di manzo salsa piccante e coraiandolo, 14 €.

Il Ristorante Larossa Delivery Take Away serve Alba e dintorni, con un raggio massimo di 20 km. Prenotazioni su WhatsApp +39 3405206629.

4. All'Enoteca *, Canale, Cuneo

Lo chef **Davide Palluda** ha inserito nella carta dei piatti destinati all'asporto o alla consegna a domicilio due piatti classici di **All'Enoteca**. Sono la Scaloppa di fegato grasso d'anatra, pera madernassa, 18 €, e la Finanziera con cervella fritta, 18 €. Ci sono poi altri piatti della tradizione piemontese, come il tartrà (budino salato), plin e tajarin, tutti e tre a 10 €, il capriolo, 14 €, ma anche il pescato del giorno, 15 €.

5. Antica Corona Reale **, Cervere

La carta di **Gian Piero Vivalda** all'**Antica Corona Reale** riprende i piatti tradizionali in chiave contemporanea. Così troviamo l'insalata russa (16 €), i tajarin ai 36 tuorli al ragù bianco di coniglio grigio di Carmagnola (18 €), il cardo gobbo, la finanziera, il cappone di Morozzo. C'è anche un Langa Kit, con tajarin, burro di panna da centrifuga Inalpi e tartufo bianco d'Alba (prezzato sulle quotazioni del giorno).

Consegna gratuita per gli ordini di almeno 65 € per almeno 2 persone. Per prenotazioni: tel. +39 0172474132 o via mail info@anticacoronareale.it.

6. Marc Lanteri al Castello *, Grinzane Cavour

La Delivery Experience by Marc Lanteri, il servizio di consegna a domicilio del ristorante **Marc Lanteri al Castello,** vede una selezione di piatti fra gli 8 e i 22 €. Cucina piemontese anche per lo chef Lanteri, nato nel versante Francese della Valle Roya.

Per informazioni e ordini telefono o WhatsApp: +39 0173262172.

7. Il delivery di 21.9 *, Piobesi d'Alba

Il menu delivery e asporto del ristorante di **Flavio Costa** a Piobesi d'Alba, il **21.9**, prevede molti piatti di pesce, ma non mancano le proposte più territoriali (albese, tajarin, trippa). Tra le proposte, la Crema di trombette, seppie al nero e scorzette candite di limoni, 12,00 €. Si tratta di uno dei piatti-simbolo del ristorante, in carta da ormai 21 anni. I piatti sono da finire di cuocere o semplicemente da riscaldare nel loro contenitore, e sono forniti di istruzioni.

Le consegne si effettuano da venerdì a domenica e sono gratuite con un minimo di

consegna di 50,00 € entro i 20 km da Piobesi d'Alba. Per tutte le altre zone rimborso consegna di 10,00 €. Info al +39 0173619261.

8. Il delivery di Gardenia *, Caluso

I menu di **Mariangela Susigan**, chef del **Gardenia**, sono differenziati. Per l'asporto si può scegliere dalla carta; per il delivery invece ci sono due menu degustazione differenti, uno per il sabato e uno per la domenica. Quello di sabato è un menu gourmet e costa 65 € a persona; quello di domenica è un menu tradizionale e costa 45 €.

Il è attivo sabato sera e domenica a pranzo per il Canavese (nel raggio di 20 km) e Torino città: il sabato e domenica a pranzo. Per conoscere i menu visitare il loro sito o iscriversi alla newsletter. Prenotazioni: info@gardeniacaluso.it oppure Whatsapp +39 0119832249.

9. Il delivery di Condividere *, Torino

Las Tapas Ricas by Condividere: questo il nome del menu delivery e take away del ristorante **Condividere**. Un omaggio a Ferran Adrià, che di Condividere è stato ideatore e mentore. Una vasta oerta di tapas (foto di copertina) che valorizzano le materie prime e le preparazioni. Pe citarne qualcuna, il Cochinillo (maialino da latte arrosto), 20 €, la Tortilla di Elisenda, 10 €, e le Albóndigas (polpette spagnole), 10,50 €.

Si può ordinare sul sito; consegna in tutta Torino.

10. Il delivery de Il Portale *, Verbania

Due i menu pensati dallo chef **Massimiliano Celeste** per il delivery e il take away del suo ristorante di Verbania, **Il Portale**. Un menu Terra e un menu Acqua, entrambi a 40 €, a cui si aggiunge un menu Aperitivo A Casa Tua, sempre a 40 €, con una bottiglia di Prosecco di Valdobbiadene extra dry docg e una selezione di stuzzicherie salate e finger food creativi.

I "Menu di Max" sono disponibili sia a pranzo che a cena. Ordini via WhatsApp +39 3663302344.

Il delivery della Farmacia Del Cambio

La Guida Michelin ha elencato anche altri esercizi che fanno delivery a Torino, oltre agli stellati. Uno di questi è la **Farmacia Del Cambio**, il bistrot collegato al ristorante Del Cambio * dello chef **Matteo Baronetto**. Il servizio di consegna a domicilio viene effettuato attraverso la piattaforma Glovo. Si possono acquistare tramezzini, hamburger, agnolotti, piatti freddi come il tonno di coniglio e il vitello tonnato, pasticceria mignon e torte.

12 NOVEMBRE – MARK-UP

Da Inalpi a Lavazza: le aziende premiate per l'inserimento dei rifugiati

Chiara Bertoletti 12 Novembre 2020

Ecco le realtà italiane protagoniste della consegna del logo Welcome – Working for Refugee Integration, riconoscimento conferito da Unhcr (Onu)

Da **Inalpi** a **Lavazza**, passando per **Barilla**, **Spontini** e **Caffarel**: queste le aziende del mondo food tra le 16 realtà ad aver ricevuto la consegna del logo ***Welcome – Working for Refugee Integration***. Parliamo di un riconoscimento assegnato da Unhcr - Agenzia Onu per i Rifugiati - alle imprese che si sono contraddistinte favorendo l'inserimento professionale dei rifugiati e per aver sostenuto il loro processo d'integrazione in Italia.

Per il mondo del retail e della ristorazione ci sono invece **Carrefour, Ikea, Leroy Merlin, Eataly, Flunch** e **Gucci**. Completano l'elenco **Fca, Ipsos, Hilton, Intercos Group,** e **Jw Marriot - Venice**.

Il progetto Inalpi

Per Inalpi si tratta di un progetto supportato dal Ministero del Lavoro, da Confindustria e da Global Compact Network, che si avvale della fattiva collaborazione della Fondazione Tent e

della Commissione europea. Un cammino che Inalpi aveva avviato già a inizio 2018, in collaborazione con l'Associazione Papa Giovanni XXIII, il cui scopo è stato quello di realizzare una vera e concreta integrazione lavorativa per uomini e donne immigrati, provenienti da storie difficili.

Il senso dell'iniziativa era già stato precedentemente evidenziato dalle parole di **Ambrogio Invernizzi**, presidente Inalpi SpA:

> *Siamo stati spesso i primi o gli unici a compiere determinate scelte, a intraprendere un cammino aziendale, introducendo alcune volte delle vere e proprie novità, altre volte tracciando un percorso seguito poi da altri. Ed è proprio questo il senso del Bilancio Sociale 2018, raccontare un progetto che vorremmo diventasse proprietà di altre aziende.*

TAG CSR

13 NOVEMBRE – GDOWEEK

INVESTIMENTI IMPORTANTI PER INALPI

Nel corso del 2020 Inalpi sta fondando le basi per **la realizzazione di 2 nuovi impianti produttivi:** un secondo impianto per la polverizzazione del latte e un nuovo reparto caseario. A lato di questi due interventi sarà ampliato il depuratore e si darà luogo a importanti azioni **per migliorare la sostenibilità del processo produttivo:** potabilizzare parte dell'acqua in uscita dall'impianto di depurazione per poterla riutilizzare nei processi aziendali; potabilizzare l'acqua di condensa generata dai processi di polverizzazione del latte per poterla riutilizzare in toto, e non solo in alcune fasi dei lavaggi; **installare un impianto fotovoltaico per la produzione (in autoconsumo) dell'energia elettrica;** installazione di un impianto di digestione anaerobica per i fanghi ottenuti dal processo di depurazione, per la produzione di biometano e per poter successivamente effettuare lo smaltimento in agricoltura del digestato.