

Parmareggio in forma



Bimestrale di informazione del Gruppo Granterre

N° 42



Pag. 3

Il 2018 è iniziato all'insegna della Formazione!

È nato L'ABC dello snack

Pag. 4



Pag. 6

Parmareggio per l'ambiente

L'orto e le piante acidofile

Pag. 8



Granterre-Parmareggio una filiera vincente!

Nel corso del 2017 l'espansione dell'attività economica mondiale si è confermata solida e diffusa sia nelle principali economie avanzate che in quelle emergenti. Permane una generale debolezza di fondo dell'inflazione. Le prospettive di crescita a breve termine sono favorevoli.

Si stima che in Italia la ripresa dell'attività economica possa proseguire nel 2018 sia pure ad un ritmo lievemente inferiore del 2017, anno in cui il PIL è cresciuto dell'1,5%, grazie alla domanda interna, stimolata in particolare dagli investimenti in beni strumentali, e all'interscambio con l'estero. Nel 2017 il numero degli occupati è cresciuto, trainato dalla componente dei dipendenti a tempo determinato. Il tasso di disoccupazione si è mantenuto stabile in quanto la crescita dell'occupazione si è accompagnata ad un'espansione della partecipazione al mercato del lavoro. L'inflazione al consumo resta debole pur in presenza di un recupero dei prezzi all'origine e di alcuni primi segnali di incremento dei salari. L'apprezzamento del tasso di cambio dell'euro rispetto al dollaro non ha avuto finora effetti preoccupanti, normalmente però l'impatto si manifesta con un ritardo di sei/nove mesi quindi, in prospettiva, potrebbe rappresentare un freno alla crescita. Il 2018 dovrebbe essere il quinto anno consecutivo di crescita per l'economia italiana, anche se ad un tasso inferiore a quanto registrato nel 2017.

Continua la crescita delle vendite nella Grande Distribuzione Organizzata che nel 2017 ha registrato un +2,3%, grazie alle nuove aperture e, per la prima volta dopo anni di trend negativi, mostra un segno positivo anche a parità di rete (+0,9%) (fonte Nielsen). Nel 2017 i consumi dei formaggi grana nella Distribuzione Moderna italiana (incluso normal trade e Discount - fonte Nielsen) sono scesi del 3,4% a volumi e dello 0,6% a valore. La crescita dei formaggi non DOP (+5,2%) ha compensato i cali registrati dai consumi di Grana Padano (-4,1%) e del Parmigiano Reggiano (-6,5%). In quest'ultimo comparto sono calati i volumi delle forme intere (-8,7%) e dei pezzi (-9,6%) mentre molto positivi sono stati gli andamenti dei bocconcini (+2,9%) e dei grattugiati (+3,3%), sospinti anche dai positivi andamenti dei prodotti Parmareggio. I prezzi medi di vendita al pubblico delle forme intere rilevati da Nielsen evidenziano una crescita del 3,1% per i formaggi non DOP, del 2,2% per il Grana Padano, mentre per il Parmigiano Reggiano la crescita è stata del 5,1%, raggiungendo i 16,50 €/kg medi.

>>> continua a pag. 2

Incontro tra i soci di Granterre

L'appuntamento di inizio anno con i caseifici soci di Granterre è diventato un atteso momento di discussione su quanto si sta facendo, ma soprattutto sul nostro futuro, come dimostra la numerosa presenza di oltre 80 produttori ed amministratori dei caseifici. L'incontro si è svolto il 15 febbraio scorso presso il Best Western Hotel di Campogalliano. L'ordine del giorno recitava:

1. Presentazione andamenti 2017 e budget 2018
2. Analisi quantità, qualità e remunerazione del conferimento

L'assemblea ha ripreso le tematiche emerse negli anni precedenti che, partendo dai nostri "valori" e dalla visione dei soci del Gruppo, ha ribadito le aspettative e le ambizioni future. È stato quindi illustrato l'attuale contesto di mercato, i risultati ottenuti nel 2017 e l'ambizioso budget 2018.

Nella seconda parte dell'assemblea si è fatto il punto sul conferimento di formaggio, sottolineando l'importanza strategica ed economica dell'apporto sociale e della filiera.

Continua infatti la crescita di prodotto conferito a Granterre e commercializzato da Parmareggio, pari a 450.962 forme e 18.037q.li di panna.

Si riduce di conseguenza l'utilizzo di prodotto acquistato sia stagionato che fresco. Preso atto, con soddisfazione, della crescita sociale che ha aumentato il conferimento sia per la crescita dei caseifici "storici" sia per l'ingresso di nuovi soci, è facilmente comprensibile quanto sia indispensabile che il prodotto dei soci sia, in quantità e qualità, in sintonia con il progetto strategico del Gruppo. Infatti la valorizzazione adeguata del conferimento potrà avvenire solo con la capacità di commercializzare, con una politica di marca sia in Italia che all'estero, prevedendo uno standard qualitativo di eccellenza.

Per questi motivi è stato avviato nel corso degli anni un progetto di assistenza tecnica ed analitica ai soci presso il laboratorio Artest che prevede l'individuazione dei punti degli interventi di miglioramento e la verifica costante dei risultati, al fine di ottenere un formaggio con caratteristiche strutturali ed organolettiche in linea con le esigenze commerciali e quelle del consumatore.

Continua la valutazione ai raggi del formaggio che permette di identificare in modo preciso il contenuto delle forme con un metodo del tutto non invasivo, attraverso questa tecnica è possibile prevedere la classificazione qualitativa della forma. Per il futuro bisogna consolidare i soci speciali, perseguire e pretendere la crescita qualitativa del conferimento e sviluppare le filiere in accordo con le esigenze commerciali di Parmareggio.

Solo se tutti i soggetti coinvolti svolgeranno con impegno costante e dedizione la loro parte, la strategia individuata avrà successo, garantendo a soci e dipendenti le soddisfazioni ed i risultati ambiziosi che ci siamo prefissi.



Il differenziale con il prezzo medio del Grana Padano venduto in forme è pertanto salito a 4,7 €/kg medi (+39%) e quello con i formaggi non DOP venduti in forme è cresciuto ha raggiunto i 5,8 €/kg medi (+54%). Questi differenziali di prezzo così elevati sono la ragione principale del calo dei consumi così consistente registrato dal Parmigiano Reggiano: sia la Distribuzione Moderna che i consumatori si sono maggiormente indirizzati verso prodotti più convenienti, in particolare nei formati meno differenziati (forme e pezzi). L'export di Grana Padano e Parmigiano Reggiano in forme intere e pezzi è stato negativo per la prima volta dal 2008, attestandosi a 87.369 ton (-2,5%) con un fatturato in aumento a 865 milioni di euro (+5,5%) per effetto della crescita delle quotazioni. Le vendite all'estero di prodotti grattugiati hanno invece proseguito a crescere (+14,3%). Sommando le due tipologie di esportazione il saldo rispetto al 2016 è stato positivo del 2,4%.

La produzione di Parmigiano Reggiano ha superato le 3,6 milioni di forme con una crescita del 5,2% (+181 mila forme). La produzione di Grana Padano è cresciuta dell'1,7% (+82 mila forme) attestandosi a oltre 4,9 milioni di forme.

Sul lato dei prezzi, il 2017 ha evidenziato per il secondo anno consecutivo una decisa crescita. Le quotazioni medie annue rilevate dalla Borsa Merci della Camera di Commercio di Parma nel corso del 2017 sono risultate superiori all'anno precedente di circa il 14% sia per il Parmigiano Reggiano a 12 mesi che per quello a 24 mesi.

I consumi del burro sono in costante calo e anche nel 2017 le vendite in Italia sono diminuite del 6,5% in quantità mentre a valore sono cresciute del +8,7%. I prezzi di acquisto del burro zangolato sono infatti cresciuti in modo considerevole: la media delle quotazioni rilevate dalla Borsa Merci della Camera di Commercio di Milano nel corso del 2017 sono state superiori rispetto all'anno precedente di ben l'85%. I prezzi hanno raggiunto quotazioni record nel mese di settembre, superiori di ben 4 volte i valori minimi toccati a maggio 2016.

Nel 2017 le quotazioni del siero, contrariamente a quanto accaduto l'anno precedente, sono costantemente aumentate fino a metà giugno per poi scendere per tutto il resto dell'anno. I prezzi a fine anno erano scesi del 31% rispetto a gennaio, mentre la media annuale ha evidenziato un incremento del 24%.

Questi consistenti aumenti delle materie prime, come sempre accade in analoghe situa-

zioni di mercato, ci hanno portato a lunghe e complesse negoziazioni con i nostri clienti per aggiornare i nostri listini di vendita di formaggi e burro, dove la quota del venduto a marchio Parmareggio è molto consistente. Inoltre la riduzione dei consumi descritta in precedenza ha penalizzato le nostre vendite. I due effetti hanno generato una significativa riduzione della nostra marginalità in questi due mercati. Risultati molto positivi sono invece venuti dalle vendite del siero concentrato, in quanto esse sono effettuate ad altre industrie con contratti legati alle quotazioni delle borse merci internazionali, pertanto i nostri prezzi di vendita si sono automaticamente adeguati ai cambiamenti di mercato. Inoltre le quotazioni di mercato alte ci hanno favorito, consentendoci di assorbire meglio i costi legati alla nostra attività di concentrazione, che sono in gran parte fissi.

GRANTERRE - PARMAREGGIO UNA FILIERA VINCENTE: operare su tre mercati così diversi (formaggio, burro e siero) si è rivelato un vantaggio importante per il nostro Gruppo. **Gli ottimi risultati della gestione siero hanno più che compensato le difficoltà riscontrate nei formaggi e nel burro,** consentendoci di chiudere il 2017 molto positivamente sia dal punto di vista dei fatturati che dei risultati economici e finanziari.



Il fatturato complessivo del Gruppo Granterre-Parmareggio del 2016 ha superato i 355 milioni di euro, con un incremento di circa 30 milioni di euro (+9,2%), in gran parte dovuto alla crescita dei prezzi medi di vendita.

Ancora una volta, sono soprattutto gli eccellenti risultati di tutti i prodotti a marchio Parmareggio a rappresentare la nostra forza ed il successo della nostra strategia: **hanno sfiorato i 160 milioni di fatturato, con un incremento di oltre 15 milioni di euro (+10,7%) a valore,** ed una crescita dei volumi di quasi il 4% nel burro e una sostanziale stabilità nei formaggi.

Per quanto riguarda l'export, realizzato in oltre 50 paesi, gli andamenti sono decisamente positivi e coerenti con quelli

complessivi appena illustrati. Il fatturato supera i 55 milioni di euro (+15,1%), con una crescita a valore di 7,2 milioni di euro dovuta per la metà alla crescita dei volumi. L'incidenza sul totale del formaggio venduto supera il 21%. Le vendite a marchio Parmareggio e Parmissimo sono cresciute di 4,6 milioni di euro (+18,5%; +11,9% a volumi), sfiorando i 30 milioni di euro di fatturato e rappresentando quindi quasi il 55% delle vendite effettuate all'estero.

Nella gamma Parmareggio i Grattugiati, il "Parmareggio snack" e il "burro Parmareggio" sono stati i prodotti con i migliori risultati, mentre i pezzi (in particolare il "Parmareggio 30 mesi" e il "Parmareggio 22 mesi") hanno risentito delle difficili situazioni del mercato descritte in precedenza.

Come sempre "L'ABC della merenda" merita un commento a parte per i suoi risultati formidabili: nel 2015 furono vendute circa 9 milioni di confezioni che sono diventate quasi 20 milioni nel 2016 e quasi 30 milioni nel 2017! Anche il nuovo prodotto lanciato a settembre, "L'ABC della merenda dolce" ha subito ottenuto brillanti risultati. Un'altra novità è stata l'in-pack promotion delle gomme "A spasso nel Temporeggio", proposta due volte nel corso dell'anno, in entrambi i casi con riscontri molto positivi da parte dei nostri consumatori. Questo prodotto si è confermato quindi un successo, ancora una volta legato all'innovazione, ad una efficace comunicazione ed alla notorietà del marchio Parmareggio, grazie alla fiducia dei consumatori che in questi anni abbiamo saputo conquistarci. La capacità di innovare e di seguire i nuovi trend di consumo, in particolare nel segmento del benessere, rappresenta una fondamentale e solida base per il nostro futuro.

Il nostro obiettivo è quello di fare in modo che Parmareggio rappresenti per i consumatori non solo il Parmigiano Reggiano da intenditori, ma anche lo specialista dell'alimentazione naturale ed equilibrata attraverso il Parmigiano Reggiano.

Parmareggio si è confermata la marca leader di mercato nei pezzi e bocconcini, nei grattugiati, nel burro è al secondo posto nel mercato delle merende refrigerate (grazie all'"L'ABC della merenda") e nel mercato delle fette, mentre è al terzo posto nei formaggi.

Il fatturato complessivo di tutti i prodotti venduti con i nostri marchi (Parmareggio, Parmissimo, Unigrana, ecc.) supera i 185 milioni di euro, rappresentando quindi oltre il 50% del fatturato totale.

Per sostenere queste crescite e per far conoscere e supportare i nostri prodotti di punta, anche quest'anno, per l'undicesimo anno consecutivo, abbiamo investito in comunicazione televisiva. Anzi, il 2017 è stato l'anno in cui la nostra presenza in comunicazione è stata più intensa con tre flight sulle reti generaliste ("L'ABC della merenda", "La fabbrica



del grattugiato" e "Però") e tre per il target bambini sui canali a loro dedicati ("L'ABC rap", "Cremosini" e, nuovamente, "L'ABC rap").

Sono proseguiti anche nel 2017 il concorso instant win sui nostri prodotti e la raccolta punti "Tesori del Gusto", interamente digitali e realizzati insieme a Grandi Salumifici Italiani. Il concorso si è concluso con quasi 1,7 milioni di codici prodotto giocati e circa 44 mila premi richiesti.

L'innovazione è da sempre una leva fondamentale per la crescita e per l'affermazione del marchio "Parmareggio". Non sono mancate, anche nell'anno che si è appena concluso, nuove proposte pensate per rafforzare ulteriormente il percorso finora intrapreso. Nell'ultimo quadrimestre dell'anno abbiamo iniziato ad inserire nei negozi della Distribuzione Moderna la nuova referenza dolce della gamma de "L'ABC della merenda" e il "burro Parmareggio delattosato". Abbiamo inoltre sviluppato una serie di nuove iniziative, incluso lo spot televisivo, per far conoscere ed apprezzare al consumatore il "Parmareggio Però!", barretta al Parmigiano Reggiano, pere e granella di anacardi.

L'organico medio dell'anno è cresciuto di 9 unità attestandosi a 308 dipendenti.

I risultati ottenuti e la continua capitalizzazione effettuata dai soci hanno ulteriormente rafforzato il patrimonio netto del Gruppo, ormai vicino ai 100 milioni di euro, mentre l'indebitamento finanziario netto è cresciuto di circa 10 milioni di euro a 115,7 milioni di euro per effetto della crescita delle rimanenze finali sia in quantità che a valore.

Questa solidità e questi risultati hanno favorito anche la crescita dei nostri soci. Le forme conferite hanno sfiorato le 300 mila, con una crescita di quasi 15 mila forme (+5%).

I risultati positivi dell'anno appena concluso ci permetteranno di proporre alla prossima Assemblea dei Soci un importante ritorno sui conferimenti, in linea con quello distribuito lo scorso anno.

I risultati dell'anno che si è chiuso sono stati quindi un ulteriore passo avanti del "Progetto Parmareggio" che si è via via concretizzato e sempre di più rafforzato, anno dopo anno, raggiungendo traguardi formidabili.

Per il futuro abbiamo in programma di rafforzare ulteriormente questo percorso di continuo miglioramento e di ricerca incessante di nuove opportunità e nuovi obiettivi, con la responsabilità, la determinazione, la passione e la coesione che ci contraddistinguono.

Un sincero e sentito ringraziamento a tutti coloro che hanno contribuito a questi risultati: dai soci ai lavoratori direttamente e indirettamente coinvolti nelle attività del nostro Gruppo.

Devono unirli la consapevolezza e l'orgoglio per quello che siamo stati capaci di realizzare tutti insieme, pronti ad affrontare con lo stesso spirito e la stessa determinazione le prossime sfide che ci aspettano.

ASSEMBLEA ORDINARIA DEI SOCI
GIOVEDÌ 17 MAGGIO 2018
UNA HOTEL - MODENA



17 MAGGIO ore 9.00

Assemblea Ordinaria dei Soci presso **Una Hotel Modena**

Il 2018 è iniziato all'insegna della Formazione!

Di seguito riportiamo i principali temi trattati in questa prima parte dell'anno.

Il corso di maggiore rilievo è già stato presentato nel giornalino di Febbraio 2018 ed ha coinvolto tutto il personale delle aree di **Vendita e Marketing**.

"Negoziare Valore" è stato organizzato in collaborazione con Quadir, la scuola di alta formazione professionale di Legacoop, su tematiche trasversali quali la **leadership**, la **negoziiazione** e gli **stili comunicativi**.

I partecipanti, fino ad ora, hanno preso parte a quattro giornate in aula, intervenendo in modo attivo ed interessato alle lezioni, tenute in prima battuta dalla Dott.ssa Claudia Righetti, psicologa del lavoro e psicoterapeuta, in seconda battuta dai docenti di Choralia, professionisti nel settore dell'industria alimentare e della GDO, Alessandro Lombardo e Marco Bona.

Claudia Righetti, che ha concluso il percorso in aula il 10 aprile, ha affrontato il tema della comunicazione come strumento di lavoro, concentrandosi sugli stili relazionali e la gestione dei conflitti; i due consulenti hanno invece condiviso le loro esperienze professionali, affrontando temi più legati all'attività lavorativa quotidiana e occupandosi di tutto il processo della negoziazione, dividendo l'aula in gruppi misti e coinvolgendola in diversi "role play", che hanno innescato momenti di sana competizione tra i partecipanti.

Rimane da svolgere la giornata di **Team Building**, prevista per maggio presso l'autodromo di Marzaglia, dove sarà organizzato un **corso di guida sicura ed un momento più ricreativo per rafforzare la coesione del gruppo**.

I ritorni dei partecipanti sono molto buoni: ad alcuni di essi è stato richiesto un primo feedback sulla parte del corso svolto, ed in generale, il giudizio complessivo è stato certamente positivo. Tutti hanno rilevato un coinvolgimento attivo e costante del gruppo di lavoro, l'attinenza e la congruità rispetto agli interessi professionali e l'applicabilità

degli argomenti trattati al contesto lavorativo, una buona capacità comunicativa e abilità nel stimolare l'attenzione e la riflessione personale da parte dei docenti.

Sono arrivati anche spunti di miglioramento soprattutto da chi si occupa dell'estero, in quanto i docenti avevano una preparazione più centrata sul mercato domestico.

Per il terzo anno consecutivo sono stati attivati i **corsi di lingua**. Dal 20 marzo ha preso il via il **corso di inglese che coinvolge 6 persone tra ufficio mkt, qualità, crediti e legale**, suddivise in due gruppi a seconda del livello iniziale di conoscenza della lingua. Avrà una durata totale di 30 ore e si svolgerà in sede a Modena, due volte a settimana. Le prime impressioni raccolte sulla docenza sono ottime, giudizio condiviso all'unanimità. Sta frequentando invece un corso di francese della durata di 30 ore totali, Massimiliano Masini del marketing estero.

Anche i corsi specialistici hanno avuto spazio nel piano di formazione. Alessandro Isi (ufficio crediti) ha partecipato ad un **master in Credit Management** che lo ha visto impegnato a Milano per un totale di 24 ore circa: bilancio di esercizio per il credit manager; modelli organizzativi, analisi, prevenzione e protezione del rischio di credito; la gestione stragiudiziale e legale del credito sono stati gli argomenti trattati.

In questo caso il giudizio non è stato solo positivo, ma addirittura superiore alle aspettative, in relazione ai contenuti del corso e alla docenza.

Tra novembre 2017 e febbraio 2018, Pietro Sarta (controllo di gestione) ha partecipato al **MIC Bilancio**, master organizzato da Quadir, che ha visto il nostro collega impegnato per un totale di 8 giornate; i temi trattati sono stati: **lettura e analisi del bilancio, controllo di gestione e gestione finanziaria**.

Il giudizio complessivo è stato buono.

A fine anno 2017, Silvia Borghi del Customer Service è stata coinvolta in una giornata organizzata da FAV (Fondazione Aldini Valeriani)



Percorso formativo "Negoziare valore"



Corsi in lingua

- Scuola di Industrial Management, in un corso dal titolo **"Operazioni doganali"**.

Per quanto attiene alla formazione obbligatoria, sono state organizzate **8 giornate sull'aggiornamento della sicurezza, 5 a Modena e 3 a Montecavolo**. In totale hanno partecipato 140 risorse tra addetti alla produzione area grana/burrificio, impiegati tecnici, addetti manutenzioni e impiegati qualità/laboratorio, con un notevole sforzo organizzativo da parte dei vari responsabili di reparto/uffici, e con una disponibilità da parte dei partecipanti stessi, che spesso in aula hanno offerto spunti e suggerimenti per migliorare la sicurezza sul luogo di lavoro.

Sono previste, a partire dalla fine del mese di aprile, un'altra serie di giornate dedicate alla sicurezza base e alla sicurezza specifica dei nuovi assunti, oltre ad una serie di **corsi di aggiornamento del Pronto Soccorso + BLS**

per 48 addetti tra Modena e Montecavolo, Antincendio per circa 20-25 addetti, formazione PES e PAV per tutti i manutentori, abilitazione gas tecnici, alimentari e criogenici per tutti i manutentori e capireparto.

Si è da poco invece concluso, per i due manutentori di Montecavolo, il **corso di formazione all'utilizzo di carrelli elevatori** presso Sir Labor Srl. È previsto entro la fine di maggio lo svolgimento dello stesso corso anche per tutti gli altri manutentori che lavorano a Modena. Sono stati già svolti i corsi di aggiornamento per RLS per lo stabilimento di Modena, per Happyflor e il prossimamente è previsto quello per lo stabilimento di Montecavolo.

Rimangono da definire i dettagli per lo svolgimento dell'ultimo corso finanziato da Foncoop sulla **Food Defense**, indicativamente previsto per maggio/giugno, che vedrà impegnati colleghi dell'area qualità e produzione ed i responsabili di stabilimento, per un totale di 24 ore complessive, al fine di definire, sulla base dei requisiti normativi applicati dalla FDA (US Food and Drug Administration) e dalla USDA (United States Department of Agriculture), le attività connesse alla protezione delle derrate alimentari, in modo da prevenire e gestire la possibile contaminazione degli alimenti e quindi da ridurre i rischi associati.



Addestramento emergenza emissione ammoniac



Addestramento emergenza emissione ammoniac

I ♥ SCHOOL

L'ABC DIVENTA... SNACK!

È nato **L'ABC dello snack**, lo spuntino equilibrato per adulti, un kit che unisce la bontà e la naturalità di una barretta di Parmigiano Reggiano alle vitamine e agli antiossidanti di un mix di frutta secca composto da albicocche, zenzero, bacche di goji e semi di zucca. Realizzato in collaborazione con l'esperto in nutrizione e alimentazione dott. Giorgio Donegani, **L'ABC dello snack** è la nuova proposta di Parmareggio per offrire

agli adulti un fuoripasto equilibrato. Con 164 Kcal è appositamente studiato per garantire il corretto apporto calorico e il giusto mix di proteine, carboidrati e grassi. Con lo stesso contenuto di servizio dell'ABC della merenda, è consigliato per una pausa gustosa ed equilibrata, dedicato ad un target adulto.

Il Parmareggio Snack e il mix di frutta e semi sono confezionati singolarmente e contenuti all'interno di una confezione con cartoncino rigido, ideale per avere **L'ABC dello snack** sempre a portata di mano in ogni momento della giornata, grazie anche alla possibilità di restare fino a 4 ore fuori frigo.



4



PARMAREGGIO PRIMA AZIENDA NELLA CRESCITA!

Gli importanti risultati che il marchio Parmareggio ha ottenuto nel 2017 sono stati confermati anche da Nielsen.

Infatti **Parmareggio SpA è la prima azienda per crescita sul venduto nel 2017**, ed ha avuto il miglior risultato tra le 100 più grandi aziende del largo consumo confezionato all'interno del canale grocery Italia, con un **incremento del 13,6%** a valore rispetto all'anno precedente*. Questo significativo risultato è stato ottenuto grazie all'importante collaborazione con la distribuzione italiana che ha creduto in **Parmareggio** come **azienda votata all'innovazione e alla capacità di saper far crescere le categorie in cui opera.**

*fonte Nielsen Trade Mis, Grocery Totale Italia, anno terminante 31 dicembre 2017 - rilevazione effettuata sul peso imposto



PARMAREGGIO a CIBUS 2018

Dal 7 al 10 maggio si svolgerà alle Fiere di Parma il 19° Cibus, il Salone Internazionale dell'Alimentazione, l'evento di riferimento del panorama agroalimentare italiano d'eccellenza, rivolto ai professionisti del food, retail e Ho.Re.Ca nazionale ed estero.

Durante l'edizione del 2016 i numeri riscontrati sono stati certamente positivi ed in crescita rispetto alle edizioni passate: oltre 72.000 visitatori qualificati, 16.000 visitatori esteri di cui 2.200 top buyers esteri da 50 paesi coinvolti tramite il programma di Incoming di Fiere di Parma. Il Cibus si è confermato una vetrina esclusiva mondiale.

Parmareggio sarà presente anche quest'anno con uno stand ampio e centrale all'interno del padiglione 2 (dedicato ai latticini), che riprende nella grafica tutti gli elementi distintivi della nostra marca. Grande importanza verrà data alle novità di prodotto, che saranno presenti nelle nicchie espositive sul perimetro dello stand e che danno una ottima visibilità alle nostre referenze. Mentre all'ingresso

sarà posizionato un ledwall a parete piena, su cui trasmetteremo i nostri spot ed un video che racconta tutto il processo di produzione del Parmigiano Reggiano Parmareggio, con l'obiettivo di accrescere il concetto di marca interno alla nostra filiera.

Ci sarà uno spazio espositivo all'interno dello stand a disposizione di clienti e visitatori, con frigo espositori in cui sarà possibile visionare interamente la nostra gamma e le nostre soluzioni espositive per i punti vendita, con i pallbox ed i frigo brandizzati dedicati ai Formaggini ed alla linea ABC della merenda, linea in continua espansione.

Lo stand, situato nelle vicinanze

dell'ingresso principale del padiglione 2 in un'area di grande passaggio, sarà un open space dotato di bar e di un ristorante, con uno chef pronto a preparare gustosissime ricette con i prodotti Parmareggio.

Come sempre ad accogliere i visitatori non mancheranno le nostre mascotte: Emiliano, Ersilia ed Enzo che saranno presenti tutti e 4 i giorni presso il nostro stand e lungo i padiglioni limitrofi per accogliere i visitatori e concedersi a simpatiche foto ricordo.

Padiglione 2 – Stand D 014 (categoria Formaggi e Salumi)



Emiliano a rotelle al trofeo Mariele Ventre

Deve esserci qualcosa di magico nel Trofeo Mariele Ventre. Non sono molte, infatti, le manifestazioni che dopo ventidue edizioni riescono a mantenere intatta **freschezza e originalità**, riuscendo a rinnovarsi pur continuando a muoversi nel solco di una consolidata tradizione. L'idea di base è semplice: **uno spettacolo di pattinaggio** nel quale atleti, per la maggior parte giovani e giovanissimi, si esibiscono sulle note delle **canzoni dello Zecchino d'Oro**.

Quest'anno all'appuntamento si sono presentate **17 squadre, provenienti da Emilia-Romagna, Lombardia, Marche, Veneto, e Abruzzo**. Una vera festa, che con la dedica a Mariele Ventre, indimenticata anima del Piccolo Coro dell'Antoniano di Bologna, e il supporto indispensabile della Fondazione a

lei intitolata, acquista una dimensione più profonda. Così il 27 gennaio scorso, quando nella bella cornice dell'**Unieuro Arena di Forlì** lo spettacolo ha avuto inizio, il caleidoscopio di colori, di musiche e il tifo dei presenti per le esibizioni delle squadre, comuni a tante altre manifestazioni del genere, si sono distinti subito per un calore particolare. La nostra sponsorizzazione ha poi portato all'Unieuro Arena, per un giorno PalaZecchino, **Emiliano ed Ersilia**, i "genitopi" mascotte, probabili pronipoti di Topo Gigio, che **hanno omaggiato gli atleti e i ragazzi della giuria con le loro gustose merende**. E non poteva che essere una novità l'esibizione di Sara Calamelli, che ha cantato "Una parola magica", la bella canzone vincitrice quest'anno del 60° Zecchino d'Oro.

Sara ha poi dimostrato un coraggio non comune nel prestarsi a uno dei giochi di magia del Mago Gentile che, simpaticissimo, ha stupito tutti, giovani e meno giovani, con la sua bravura. Altrettanto bravi e ormai star della danza, oltre che della canzone, le Verdi Note, da apprezzare per la naturalezza con la quale sanno unire talento e ideali.

Il Trofeo, per il secondo anno consecutivo, è stato vinto dalla Polisportiva Lame di Bologna, che ha interpretato "Lo Steliere" di Edoardo Bennato, ottenendo 698,5 punti su un massimo possibile di 730 (73 giudici complessivi, ragazzi delle scuole di Forlì e componenti del coro "Verdi Note"): ma tutti i presenti sono tornati a casa con la sensazione di aver assistito a uno spettacolo riuscitissimo che, come per magia, è stato capace anche di scaldare il cuore.



Donne in corsa contro la violenza

È stato un successo anche nel 2018 l'appuntamento di **DONNE IN CORSA**, settima edizione della gara podistica tutta al femminile, organizzata nella giornata simbolica dell'8 marzo, da UISP e Podistica Interforze con la partecipazione attiva della Polizia di Stato.

L'iniziativa, quest'anno particolarmente significativa, poneva l'accento sui **diritti delle donne per dire no alla violenza e agli abusi**.

La gara e la camminata non competitiva, articolate su un percorso nel centro storico della città, erano rivolte a tutte le donne: da chi vuole riscoprire il piacere di una camminata serale in centro a chi vuole gareggiare e mettersi alla prova.

Quest'anno emblema della corsa è stata la **maglietta nero-rosa appositamente ideata dall'artista Stefano Fioresi** che ha disegnato anche il logo riportato sulle medaglie delle atlete.

DONNE IN CORSA si svolge grazie al sostegno di diverse aziende modenesi, tra cui Parmareggio ben contenta di fornire i suoi prodotti per i premi alimentari delle fondiste sul podio.



Appuntamento al 2019!!!

I consumi e i risparmi



Parmareggio da diversi anni è impegnato in azioni di rispetto delle politiche ambientali finalizzate al risparmio energetico. Sono stati attivati interventi che hanno permesso di incrementare e rinnovare le diverse aree degli stabilimenti produttivi, sostituendo e implementando macchinari e impianti, adattandoli alle nuove esigenze produttive e permettendoci di ottenere una migliore resa energetica. Infatti vale la pena sottolineare che a fronte di un considerevole incremento produttivo, la potenza e soprattutto il consumo degli impianti è rimasta pressoché invariata, pur rispondendo

alle esigenze di maggior richiesta di energia utile alla produzione.

Dal 2004 ad oggi, tutti gli interventi realizzati negli stabilimenti di Modena e Montecavolo, sugli impianti utilizzatori di energia elettrica, gas e acqua, sono stati pensati, progettati e realizzati nell'ottica della massima efficienza e minore consumo. La strada intrapresa per migliorare l'efficienza energetica degli impianti tecnologici esistenti è risultata strategica e vincente rispetto ad altre proposte che si sono presentate nel corso di questi anni.

Tutt'ora i successi di tale filosofia sono evidenti dai risultati ottenuti e confermati anche dall'attribuzione di Certificati Bianchi, che rappresentano

un riconoscimento economico rilasciato dal GSE, Gestore Servizi Energetici, a fronte di interventi realizzati per rendere più efficienti e meno energivori gli impianti tecnologici. Ad oggi sono ben 5 i progetti di efficientamento energetico intrapresi da Parmareggio che hanno ottenuto un riconoscimento con i Certificati Bianchi.

Il Burrificio Parmareggio fu il primo ad ottenere i Certificati Bianchi rilasciati in Italia nel settore industriale grazie agli interventi realizzati per rendere più efficienti e meno energivori gli impianti tecnologici nelle fasi dei principali cicli di produzione, a seguito di un progetto realizzato in collaborazione con Hera.

Attività di riduzione dell'impatto ambientale sul processo produttivo (acqua, energia, gas, emissioni)

L'attività di riduzione dell'impatto ambientale sul processo produttivo (acqua, energia, gas, emissioni) ha portato anno dopo anno alla riduzione dei consumi energetici nei nostri stabilimenti.

L'esercizio 2017 ha portato ad un risparmio complessivo equivalente a **28.1 TEP** (Tonnellate equivalenti di petrolio), rispetto l'anno precedente. La CO₂ emessa dagli stabilimenti produttivi è passata da 265.17 ton del 2012 a 221.41 ton del 2017. (Tab.1)

L'indicatore riferito al **consumo di energia elettrica** per unità di prodotto consolida il dato molto positivo del 2016 e del trend iniziato nel 2013. (Tab.2)

Per quanto riguarda il **consumo di gas metano** per unità di prodotto, nel 2017 si registra il dato indicatore più basso di sempre. (Tab.3)

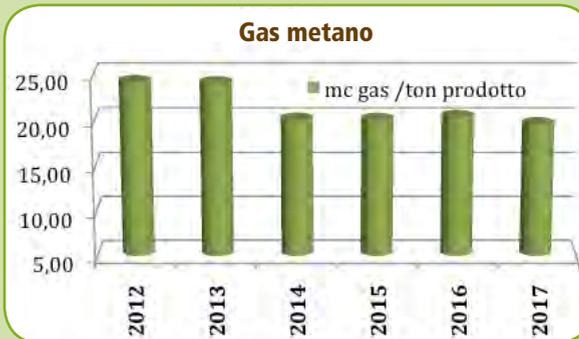
Possiamo dire che dal 2012 al 2017 a fronte di un incremento produttivo pari a +18%, corrisponde ad un **consumo specifico di acqua** di -21.2%. (Tab.4)



Tab.1
CO₂ emessa per ton di prodotto complessiva FM+GAS (ton CO₂/ton prodotto)



Tab.2
FM (kWh/ton prodotto)



Tab.3
GAS (MC/ton prodotto)

Riduzione consumi di acqua per tonnellata di prodotto rispetto al 2012



Distributori automatici dei "Dispositivi di Protezione Individuali" (DPI)

Per Dispositivo di Protezione Individuale (DPI) si intende una qualsiasi attrezzatura destinata ad essere indossata e tenuta dal lavoratore allo scopo di proteggerlo contro uno o più rischi suscettibili di minacciarne la sicurezza o la salute durante il lavoro, nonché ogni complemento o accessorio destinato a tale scopo. A partire da luglio 2017, Parmareggio ha scelto di gestire i DPI per la protezione udito, occhi e viso e arti superiori e kit primo soccorso, con l'ausilio di distributori automatici. Partendo dall'area grana di Modena è poi seguita l'installazione di altri due distributori, uno per il sito di Montecavolo e uno per il burrificio. I maggiori vantaggi di un distributore automatico dei DPI sono almeno tre.

Il primo, in termini di sicurezza, è la totale accessibilità ai Dispositivi di protezione individuali da parte degli addetti, visto che la distribuzione dei DPI è garantita 24 ore su 24. Il secondo è il funzionamento tramite badge, che permette di monitorare e quindi di dare evidenza dell'avvenuta distribuzione del DPI da parte del datore di lavoro mediante gestione informatica. Ogni addetto può prelevare i DPI previsto per la propria mansione svolta.

Terzo vantaggio, ma non ultimo, è una gestione più oculata delle risorse, limitando e riducendo gli sprechi di materiale e di tempo, con la possibilità di avere una analisi dettagliata di consumi e costi relativi a DPI.



Organizzazione Aziendale della Sicurezza

Servizio di Prevenzione e Protezione

DATORE DI LAVORO

persona che ha il potere decisionale e finanziario per organizzare e dirigere le attività lavorative all'interno della propria azienda mettendo in atto tutte le misure di prevenzione e protezione per garantire la salute dei lavoratori.

DIRIGENTE

persona che collabora con il datore di lavoro per organizzare e dirigere le attività dell'impresa.

PREPOSTO

persona con compiti di vigilanza e coordinamento della corretta esecuzione dell'attività lavorativa svolta dai lavoratori subordinati.

LAVORATORE

persona che, indipendentemente dalla tipologia contrattuale, svolge un'attività lavorativa alle dipendenze di un datore di lavoro.

RAPPRESENTANTE DEI LAVORATORI PER LA SICUREZZA (RLS)

Viene eletto dai lavoratori in seno alle rappresentanze sindacali. Deve avere frequentato corsi specifici in materia di salute e sicurezza.



Mirco Parmeggiani
Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza a Modena



Adbi Ali
Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza a Montecatone

RESPONSABILE DEL SERVIZIO DI PREVENZIONE E PROTEZIONE (R.S.P.P.)

persona in possesso di capacità competenze adeguate, designata dal datore di lavoro per coordinare le attività del servizio di prevenzione e protezione finalizzate alla prevenzione dei rischi lavorativi.



Monica Franchini
Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione

MEDICO COMPETENTE

medico specialista o competente in medicina del lavoro nominato dal datore di lavoro per la sorveglianza sanitaria dei lavoratori esposti a rischi professionali e per collaborare nelle attività di informazione, formazione, valutazione dei rischi e della efficacia delle misure preventive adottate.

ADDETTI PRONTO SOCCORSO E ANTINCENDIO

lavoratori specificamente formati e opportunamente organizzati per garantire le attività di primo soccorso, gestione delle emergenze e prevenzione incendi.

Il progetto Show Cap

SHOW CAP - Innovative Communication for Young People, è un progetto cofinanziato dalla Comunità Europea, realizzato da Doc Servizi, Doc Educational e da Legacoop Agroalimentare Nord Italia, con lo scopo di comunicare in maniera innovativa i nostri mestieri e i nostri valori ai giovani europei, focalizzandosi sulla Politica Agricola Comunitaria (in inglese CAP Common Agricultural Policy), mettendo in luce i valori del nostro settore al pubblico giovane.

Il progetto mira a parlare agli operatori del settore e ai giovani di temi che spesso hanno un approccio molto istituzionale o documentaristico, con un approccio innovativo e artistico: come l'animazione con la sabbia (Sand Art), una tecnica cinematografica d'animazione che consiste nel creare immagini bidimensionali modellate sfruttando la plasticità della sabbia, dove la maggiore quantità o spessore della sabbia crea un effetto di luce-ombra. Gli artisti disegnano linee e figure con la sabbia sopra una superficie retroilluminata (come una lavagna luminosa, tipo un overhead projector)

e, dopo aver ripreso le immagini con una telecamera posta sopra il tavolo, danno vita a veri cortometraggi.

Sono stati realizzati 12 cortometraggi d'animazione: 6 destinati a un pubblico adulto e 6 ai bambini, e si avvalgono di filastrocche recitate su questi temi:

- I Cambiamenti climatici
- La Sicurezza alimentare
- L'ambiente rurale
- L'Acqua, il bene più prezioso
- L'importanza di una dieta salutare (con particolare riferimento alla dieta dei bambini)
- Le 4 F dell'agricoltura: cibo (Food), mangimi (Feed), carburante (Fuel) e fibre (Fibers).



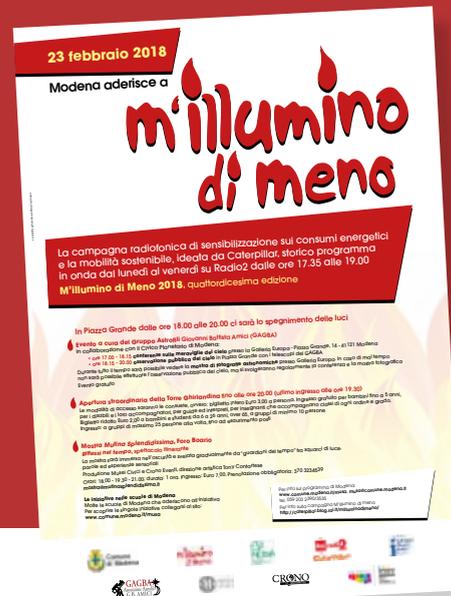
È stato realizzato un libro che raccoglie la sintesi dei 12 video accompagnati da testi esplicativi e DVD, utilizzando le immagini tratte dai film. I film saranno proiettati non solo durante i festival musicali, al cinema e nei locali in cui si suona musica dal vivo, ma anche nelle fiere di settore per promuovere i contenuti al pubblico degli operatori del settore agricolo.

Parmareggio ha aderito a

m'illumino di meno

Il 23 febbraio scorso Parmareggio ha raccolto l'invito di Caterpillar, la famosa trasmissione di RAI Radio 2, ad aderire a M'illumino di Meno, la più celebre campagna di sensibilizzazione sul risparmio energetico rivolta a tutti, dalle istituzioni ai privati cittadini, dalle scuole ai negozi,

dalle aziende ai musei. Quest'anno M'illumino di meno era dedicato alla bellezza del camminare a piedi "perché sotto i nostri piedi c'è la Terra e per salvarla bisogna cambiare passo" hanno spiegato gli organizzatori. Dal 2005, ogni anno Caterpillar chiede ai suoi ascoltatori di spegnere tutte le luci che non sono proprio indispensabili alle ore 18,00 di un pomeriggio di febbraio, per ricordare a tutti l'importanza di investire sul risparmio energetico e sulle fonti rinnovabili. L'iniziativa sta diventando sempre più partecipata: si spengono le piazze italiane, la Torre di Pisa, il Colosseo, l'Arena di Verona e tanti altri monumenti, anche in Europa, come la Torre Eiffel e la ruota del Prater a Vienna. Inoltre in decine di musei si organizzano visite guidate a bassa luminosità, nelle scuole si discute di efficienza energetica e nelle piazze si fa osservazione astronomica grazie alla riduzione dell'inquinamento luminoso.





Le piante acidofile

Le acidofile sono piante che non si accontentano di un suolo qualsiasi: per crescere rigogliose e in salute nel vostro giardino, richiedono infatti che il pH del terreno sia "acido". Contate che in generale i nostri terreni hanno un pH che si avvicina alla neutralità, quindi se vorrete abbellire il giardino o il vostro terrazzo con piante acidofile dovrete procurarvi il giusto terriccio e utilizzare un concime adeguato particolarmente ricco di ferro e di altri sali minerali di fondamentale importanza. Ma perché le acidofile hanno questa particolare esigenza? Le caratteristiche del

terreno, si sa, influenzano le piante che ci vivono e il pH ha, in particolare, la capacità di incidere sull'assorbimento degli elementi nutritivi. Ad esempio ferro, zinco e rame sono molto più assimilabili se il pH è basso e le acidofile ne traggono giovamento. Sono diverse le specie di piante acidofile che vivono nei giardini di tutto il mondo; si tratta per lo più di arbusti, ma si possono trovare anche piccoli alberi e piante erbacee. Alcune acidofile sono particolarmente apprezzate per i loro fiori, dai colori splendidi, come ad esempio **le azalee, i rododendri, le ortensie, le**

gardenie e le camelie. Buona parte delle acidofile fioriscono a inizio primavera, ma se ne possono trovare anche a fioritura estiva, come le ortensie o anche autunnale o invernale.

La maggior parte delle piante acidofile predilige un terreno fresco e umido che deve essere regolarmente annaffiato, senza però creare ristagni d'acqua, e una posizione in luoghi molto luminosi, ma parzialmente ombreggiati, per evitare che il sole le colpisca nelle ore più calde.

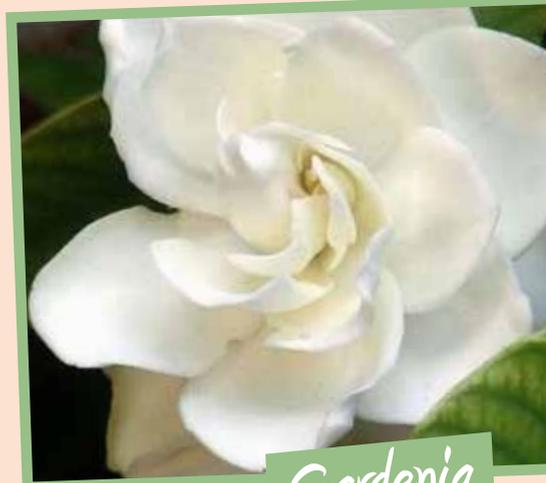
Camelia



8



Rododendro



Gardenia

Ortensia



Azalea



Happyflor
GARDEN

DAL 24 MARZO
NUOVI
ORARI

DAL LUNEDÌ
ALLA DOMENICA
09.00 - 12.30
15.00 - 19.30

PARMAREGGIO INFORMA

Newsletter aziendale del Gruppo Granterre

Responsabile di Redazione: Giuliano Carletti

Redazione: Milena Ferrari, Emanuela Guazzaloca, Giorgio Vitali

Segreteria di redazione, progetto grafico e impaginazione: Mediagroup98

Potete inviare eventuali suggerimenti a:
granterre@granterre.it

www.parmareggio.it

www.facebook.com/Topolini.Parmareggio