



PARMAREGGIO InForma

Bimestrale di informazione del Gruppo Granterre

n° 47 APRILE 2019

ASSEMBLEA ORDINARIA DEI SOCI



GIOVEDÌ 16 MAGGIO 2019
Hotel RMH Modena Des Arts
Via L. Settembrini 10 Baggiovara
MODENA

*Enrico Manni
nuovo vicepresidente
di Legacoop Estense*

3

*L'ABC della merenda dolce
con Crostatina al Cacao
vince il Premio Food*

4

Parmareggio per l'ambiente

6

*Happyflor:
la primavera è nell'aria*

8

PARMAREGGIO: PRONTI PER IL FUTURO!

L'economia e i mercati

Nel corso del 2018 l'andamento dell'economia mondiale ha mostrato segni di rallentamento. In Europa si fa più concreto il rischio di una nuova fase di recessione.

Anche in Italia la crescita del PIL si è ridotta dall'1,7% allo 0,8% e tutte le stime concordano su un'ulteriore frenata per il 2019. Le esportazioni rimangono l'elemento più dinamico della nostra economia, mentre gli investimenti stanno evidenziando un trend negativo. In calo anche la fiducia delle famiglie che ha generato una sostanziale stagnazione dei consumi privati. Il tasso di disoccupazione medio è stato del 10,5% con un recupero di circa mezzo punto sul 2017. Negli ultimi mesi dell'anno l'inflazione è scesa per effetto in particolare della componente energetica. Nel 2018 i consumi dei formaggi grana nella Distribuzione Moderna italiana (incluso i Discount - fonte Nielsen) sono cresciuti dell'1,8% a volumi e dell'1,1% a valore. La crescita del Grana Padano (+5,7%) ha compensato i cali registrati dai consumi dei formaggi non DOP (-2,9%) e del Parmigiano Reggiano (-0,6%). In quest'ultimo comparto sono calati i volumi delle forme intere (-4,1%) e dei bocconcini (-2,6%) mentre lievemente positivi sono stati gli andamenti dei pezzi (+3,1%) e dei grattugiati (+2,1%), sospinti anche dai positivi andamenti dei prodotti Parmareggio. I prezzi medi di vendita al consumatore delle forme intere rilevati da Nielsen evidenziano un calo del 7,1% per il Grana Padano e del

3,1% per i formaggi non DOP, mentre per il Parmigiano Reggiano la crescita è stata del 2,2%, raggiungendo i 15,78 Euro/kg medi. Il differenziale con il prezzo medio del Grana Padano venduto in forme è pertanto salito a 5,3 Euro/kg medi (+27%) e quello con i formaggi non DOP venduti in forme ha raggiunto i 7,0 Euro/kg medi (+10%). Questi differenziali di prezzo così elevati sono la ragione principale del calo dei consumi registrato dal Parmigiano Reggiano: sia la Distribuzione Moderna che i consumatori si sono maggiormente indirizzati verso prodotti più convenienti, in particolare nei formati meno differenzianti (forme e pezzi). Dopo un 2017 negativo per la prima volta dal 2008, ritorna a crescere l'export di Grana Padano e Parmigiano Reggiano in forme intere e pezzi attestandosi a 93.994 ton (+5,6%), con un fatturato in aumento a 932 milioni di euro (+5,3%). Le vendite all'estero di prodotti grattugiati hanno proseguito il loro trend positivo (+5,3%). Sommando le due tipologie di esportazione il saldo rispetto al 2017 è stato positivo del 5,5%. La produzione di Parmigiano Reggiano ha sfiorato 3,7 milioni di forme con una crescita del 1,3% (+49 mila forme). La produzione di Grana Padano è stabile attestandosi a oltre 4,9 milioni di forme (-0,2%). Sul lato dei prezzi, si evidenzia, per il secondo anno consecutivo, una crescita delle quotazioni. Le medie annue rilevate dalla Borsa Merci della Camera di Commercio di Parma nel corso del 2018 sono risultate superiori all'anno precedente di circa l'1,6% per il Parmigiano Reggiano a 12 mesi

e di circa il +4,9% per quello a 24 mesi. Questi incrementi sono stati particolarmente rilevanti negli ultimi mesi dell'anno. I prezzi di fine anno sono stati superiori a quelli di fine 2017 del 9,7% per il Parmigiano Reggiano a 12 mesi e del 15,4% per quello a 24 mesi. I consumi del burro sono in costante calo e anche nel 2018 le vendite in Italia sono diminuite del 4,2% in quantità, mentre a valore sono cresciute del +5,5%, per effetto dei forti incrementi registrati sul mercato delle materie prime nel corso dell'anno precedente. Nel 2018 invece il prezzo medio di acquisto del burro CE si è ridotto del 5%. Il consistente aumento dei prezzi del Parmigiano Reggiano, come sempre accade in analoghe situazioni di mercato, ci ha portato a lunghe e complesse negoziazioni con i nostri clienti per aggiornare i nostri listini di vendita, dove la quota del venduto a marchio Parmareggio è molto significativa. Inoltre il calo dei consumi e l'aumento dei prezzi al consumatore hanno in alcuni casi penalizzato le nostre vendite, in particolare quelle dei pezzi. Questi andamenti hanno generato una significativa riduzione della nostra marginalità, compensata dai positivi risultati ottenuti dai nuovi prodotti e dal burro.

Pronti per il futuro!

Il fatturato complessivo del 2018 ha superato i 365 milioni di euro, con un incremento di circa 28 milioni di euro (+8,3%), in gran parte dovuto alla crescita dei volumi, in particolare all'estero.



Giuliano Carletti
Amministratore Delegato
Parmareggio

Gli eccellenti risultati di tutti i **prodotti a marchio Parmareggio e Parmissimo** continuano a rappresentare la nostra forza ed il successo della nostra strategia: **hanno sfiorato i 167 milioni di fatturato**, con un **incremento di oltre 8,6 milioni di euro (+5,4%) a valore**, ed una crescita dei volumi del 5,3% nei formaggi e dell'8,4% nel burro.

Per quanto riguarda l'**export**, realizzato in oltre 50 paesi, gli andamenti sono decisamente positivi e, come detto, insieme ai nuovi prodotti, sono stati il fattore trainante degli ottimi risultati di crescita a volumi di Parmareggio. **Il fatturato raggiunge i 70 milioni di euro (+24,5%)**, con una crescita a valore di 13,9 milioni di euro dovuta interamente alla crescita dei volumi. L'incidenza sul totale del formaggio venduto supera il 25%. Le vendite a marchio **Parmareggio e Parmissimo** sono cresciute di 7,0 milioni di euro (+22,6%; +21,5% a volumi), superando i **38 milioni di euro** di fatturato e rappresentando il **54,4% delle vendite effettuate all'estero**.

Nella **gamma Parmareggio** i pezzi (in particolare il "Parmareggio 30 mesi", il "Parmareggio 22 mesi", il "Parmareggio snack", il "burro Parmareggio" e i Grattugiati sono stati i prodotti con i migliori risultati, mentre i prodotti a base di Parmigiano Reggiano (fettine, formaggini e cremosini) hanno risentito delle difficili situazioni dei rispettivi mercati che ormai si protraggono da diversi anni.

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 30 milioni nel 2017 e oltre 36 milioni nel 2018!

Anche il nuovo prodotto lanciato a settembre, **"L'ABC della merenda dolce crostatina"** ha subito ottenuto brillanti risultati. Un'altra novità è stata l'in-pack promotion **"A spasso per il Mondo"** con due differenti gadget proposta a gennaio e a settembre, in entrambi i casi con riscontri molto positivi da parte dei nostri giovani 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 di Parmigiano Reggiano, nei grattugiati di Parmigiano Reggiano e nel burro. E' al secondo posto nel mercato delle merende refrigerate (grazie a "L'ABC della merenda") e nel mercato delle fettine, mentre è al terzo posto nei formaggini.

Il fatturato complessivo di tutti i prodotti venduti con i nostri marchi (Parmareggio, Parmissimo, Uni-grana, ecc.) supera i 195 milioni di euro, rappresentando quindi oltre il 53,6% del fatturato totale. Per sostenere queste crescite e per far conoscere e supportare i nostri prodotti di punta, anche quest'anno, per il dodicesimo anno consecutivo, abbiamo investito in **comunicazione televisiva**. Anzi, il 2018 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 dolce plumcake"**, il Burro **"Alla scoperta della fonte della bontà"** e **"La fabbrica del grattugiato"**) e due per il target bambini sui canali a loro dedicati (**"L'ABC rap dolce plumcake"** e, nuovamente, **"L'ABC rap dolce crostatina"**). Da ottobre 2018 è iniziata la grande promozione con premi settimanali e raccolta punti **"Premi Pregiati"** del Consorzio del Parmigiano Reggiano alla quale anche Parmareggio partecipa con diversi prodotti. Il concorso terminerà il prossimo 30 giugno 2019.

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.

Nel secondo semestre dell'anno abbiamo iniziato ad inserire nei negozi della Distribuzione Moderna il nuovo spuntino equilibrato per adulti **"L'ABC dello snack"** un kit che unisce la barretta di Parmigiano a un mix di frutta secca. Anche nel mondo dei fusi abbiamo lanciato le **"Fettine Bio"** in linea con i nuovi trend salutistici del mercato. Anche la gamma de **"L'ABC della merenda"** si è allargata con una versione **"Senza Glutine"** e una nuova proposta dolce con **"Crostatina al Cacao"** realizzata con una dolce ricetta esclusiva a base di Parmigiano Reggiano.

L'organico medio dell'anno è stabile e si attesta a 298 dipendenti.

Le crescite importanti realizzante sia all'estero

che in Italia, trainate dall'innovazione e dall'apprezzamento dei nostri marchi, hanno generato un incremento di oltre il 16% del margine operativo lordo, che ha ulteriormente rafforzato il **patrimonio netto** di Parmareggio, ormai vicino ai 50 milioni di euro. L'aumento delle quotazioni del Parmigiano Reggiano unitamente all'incremento dei volumi lavorati ha determinato un incremento del magazzino per circa 13 milioni di euro. Il miglioramento della redditività aziendale ha fatto sì che, nonostante il maggior valore del magazzino, **l'indebitamento finanziario netto** sia cresciuto solamente di circa 7,2 milioni di euro a 130,2 milioni di euro.

I consolidati andamenti positivi di Parmareggio hanno continuato a favorire anche la **crescita dei soci di Granterre**. Le forme conferite nel 2018 hanno superato le 350 mila, con una **crescita di oltre 38 mila forme (+12%)**.

I risultati positivi dell'anno appena concluso ci permetteranno di proporre alla prossima **Assemblea dei Soci di Granterre** un importante **ristorno sui conferimenti**, in crescita rispetto a 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 più rafforzato, anno dopo anno, raggiungendo traguardi formidabili.

Possiamo quindi presentarci pronti alle sfide che ci aspettano con la creazione dal 1° gennaio 2019 del **Gruppo Bonterre**, all'interno del quale abbiamo portato tutto l'entusiasmo, la determinazione, la passione e la coesione che ci contraddistinguono, nonché l'orgoglio per quello che in questi anni siamo riusciti insieme a realizzare.

Condividere i percorsi di successo di Parmareggio e Grandi Salumifici Italiani ci mette nelle condizioni di poter dare una ulteriore accelerazione ai nostri progetti di miglioramento e di crescita, continuando a ricercare incessantemente nuove opportunità e nuovi obiettivi, che all'interno del Gruppo Bonterre potranno essere ancora più ambiziosi e stimolanti.

Un sincero e sentito ringraziamento a tutti coloro che sono stati i protagonisti di questi risultati: dai soci a tutti i lavoratori direttamente e indirettamente coinvolti nelle attività del nostro Gruppo.

Devono unirci la consapevolezza e l'orgoglio per quello che siamo stati capaci di realizzare tutti insieme, pronti ad affrontare con lo stesso spirito e ancora più forti motivazioni le prossime sfide che ci aspettano.

ASSEMBLEA DEI CASEIFICI SOCI

L'appuntamento di inizio anno con i caseifici soci di Granterre è diventato un atteso momento di confronto su quanto si sta facendo ma soprattutto sul nostro futuro, come dimostra la numerosa presenza di oltre 70 produttori ed amministratori dei caseifici all'incontro del 15 febbraio scorso presso il Best Western Hotel di Campogalliano.

L'ordine del giorno recitava:

- **Attuazione dei progetti di filiera**
- **Organizzazione di prodotto Granterre**
- **Analisi qualità e quantità conferimento**
- **Andamento 2018 e piano industriale 2019/21**

Per i progetti di filiera, sono stati presentati il cronoprogramma e i risultati della determina R.E.R. dei progetti. In seguito è stato illustrato il programma di sviluppo rurale 16.1 che riguarda la **competitività dei produttori primari** e il miglioramento dell'integrazione di filiera. Legato ai progetti prima citati è stato illustrato il percorso

dell'O.P. Granterre che rappresenta una delle operazioni strategiche che la commissione europea si propone di promuovere.

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. Preso atto con soddisfazione della crescita sociale, è facilmente comprensibile quanto sia indispensabile che il prodotto dei soci sia in sintonia con il progetto strategico del Gruppo, poiché la valorizzazione adeguata del conferimento potrà avvenire solo con la capacità di commercializzare prevedendo uno **standard qualitativo di eccellenza**. Per questi motivi continua il percorso di analisi quantitativa e qualitativa del conferimento, che prevede l'individuazione dei punti critici, la messa a punto degli interventi di miglioramento e la verifica costante dei risultati, per ottenere un



formaggio con caratteristiche strutturali ed organolettiche in linea con le esigenze commerciali e del consumatore. L'assemblea ha ripreso le tematiche emerse negli anni precedenti e partendo dai nostri valori e visione, ha ribadito aspettative e ambizione future. È stato quindi illustrato l'attuale contesto di mercato, i risultati ottenuti e l'ambizioso piano industriale 2019/21. 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.

“Rivoluzioni cooperative”: a Modena il 1° Congresso di Legacoop Estense



verso il 40° Congresso Nazionale Legacoop

Martedì 19 marzo al Forum Monzani di Modena si è tenuta la **prima Assemblea Congressuale di Legacoop Estense**, nata tre anni fa dalla fusione delle strutture di Modena e di Ferrara. **Andrea Benini** e **Francesca Federzoni** sono stati riconfermati ai vertici dell'associazione (Benini anche nella funzione di Direttore), ed è stata rafforzata la rappresentanza con la nomina di **Enrico Manni** come **secondo vicepresidente**, in aggiunta ai due coordinatori territoriali **Chiara Bertelli** per Ferrara e **Marcello Capi** per Modena.

L'Assemblea è stata divisa in due sessioni (riservata ai Delegati quella della mattina, aperta a invitati esterni e giornalisti quella del pomeriggio) e ha registrato **oltre 350**

partecipanti, tra i rappresentanti delle imprese associate e i molti esponenti delle Istituzioni e del mondo associativo e imprenditoriale di Modena e Ferrara.

Fin dalla mattina, nutrita la presenza del settore Agroalimentare e Pesca di Legacoop Estense, così come il numero di rappresentanti nominati negli organismi di vertice dell'Associazione: per quanto riguarda il Consorzio Granterre e il Gruppo Bonterre, entrano (o rimangono, rispetto al mandato precedente) nel Consiglio di Presidenza - su un totale di 26 componenti - **Enrico Manni** per Bonlatte, **Ivano Chezzi** per il Consorzio Granterre e **Milo Pacchioni** per Bonterre e Assicoop Modena&Ferrara. Fra i 108 componenti della Direzione

rientrano, oltre ai sopracitati, anche **Sara Bardulla** per Artest, **Angelo Belloi** della Coop Casearia del Frignano, **Giuliano Carletti** per Granterre, **Sauro Leoni** per Albalat, **Kristian Minelli** per il Caseificio Razionale Novese e **Andrea Silingardi** della Cooperativa Casearia Castelnovese

La parte pubblica, dopo la relazione del presidente Benini, si è sviluppata con un dibattito fra alcuni rappresentanti delle cooperative associate e gli amministratori del territorio: il Sindaco di Modena Gian Carlo Muzzarelli, il Sindaco di Ferrara Tiziano Tagliani e il Presidente della Regione Emilia Romagna Stefano Bonaccini.

Primo a prendere la parola **Maurizio Moscatelli**, Direttore Com-

merciale e Marketing Bonterre, in rappresentanza del settore Agroalimentare e Pesca: il suo intervento si è incentrato sull'importanza della filiera cooperativa, sulla valorizzazione che essa porta a territori e comunità, sull'importanza crescente delle aggregazioni per dotare le imprese delle dimensioni adeguate per competere, sulle sinergie create con la distribuzione cooperativa e sulla necessità che le istituzioni sostengano questo modello agendo su aspetti fondamentali come la semplificazione della burocrazia, la riduzione dei tempi della giustizia, gli incentivi agli investimenti, il sostegno all'operatività delle organizzazioni di prodotto tramite la PAC, e l'attenzione ai percorsi di alternanza scuola-azienda.

ENRICO MANNI È IL NUOVO VICEPRESIDENTE DI LEGACOOP ESTENSE

Enrico, rifacciamo un po' di presentazioni?

Volentieri. Sono nato a Castelfranco nel dicembre 1984 e sono agrotecnico; la mia azienda di famiglia produce gli alimenti per le bovine da latte, che poi conferiamo a Bonlatte per la produzione del Parmigiano Reggiano. Sono socio e Consigliere delegato di Bonlatte, Consigliere di Progeo, Vicepresidente di Granterre e Consigliere del Gruppo Bonterre. E dal 19 marzo scorso sono anche Vicepresidente di Legacoop Estense

A 34 anni già molti incarichi e responsabilità: sei l'incarnazione del concetto di intergenerazionalità, che tanto spesso viene richiamato ma meno frequentemente trova applicazione.

E' vero, anche se per fortuna i casi cominciano ad essere più di uno. Penso a Kristian Minelli, Presidente del Caseificio Razionale Novese, a Fabio Masini vicepresidente di Albalat, come agli stessi ruoli di vertice di Legacoop Estense, che oggi sono tutti ricoperti da persone giovani.

E' una cosa positiva, a mio avviso, per due motivi. Innanzitutto perché è indispensabile per il futuro delle nostre imprese: quando penso alle cooperative penso a qualcosa di "eterno", perché sono create apposta per durare nel tempo. Quest'anno ricorrono i 60 anni di Granterre, l'anno scorso Grandi Salumifici Italiani ne ha festeggiati 70...adesso tocca a noi portare il nostro contributo, e in futuro toccherà ai nostri figli e nipoti.

E il secondo motivo?

Il secondo motivo sta nell'energia che i giovani portano in ogni contesto: sono all'inizio della loro carriera professionale, vogliono imparare, crescere, sono pieni di stimoli e magari di idee. Una positiva "contaminazione" fra l'esperienza di chi è da più tempo in azienda e la spinta di chi invece ha solo qualche anno di lavoro alle spalle non può che portare buoni frutti. L'importante è che il passaggio di testimone arrivi nei tempi giusti.

La tua nomina a vicepresidente di Legacoop Estense nasce dall'esigenza di rafforzare la funzione di rappresentanza sui territori, e l'essere così giovane può essere di aiuto anche per promuovere la nascita di nuove cooperative. L'anno scorso hai premiato i vincitori del concorso per le scuole Bellacoopia come vicepresidente di Granterre, quest'anno lo farai da padrone di casa.

C'è sicuramente bisogno di rafforzare la rappresentanza a tutti i livelli, e credo che anche l'attività di promozione sia fondamentale. Ricevo spesso la richiesta dagli istituti agrari di portare gli studenti in visita in azienda e accetto sempre volentieri, perché credo che avvicinare i giovani fin dal periodo scolastico, quando hanno ancora la mente aperta, e mostrare loro concretamente come funziona un'impresa cooperativa sia il modo migliore e più efficace per farsi conoscere e magari invogliarli in futuro a provare questa esperienza.

Chiudiamo con un argomento che ti sta molto a cuore, l'Alleanza delle Cooperative Italiane.

Sì, è vero. L'ho ribadito anche al Congresso: le cooperative dell'agroalimentare e pesca sono già unite, sono già andate oltre l'appartenenza ad una struttura associativa piuttosto che ad un'altra in nome di un interesse comune. La base sociale che come Vicepresidente Granterre rappresento ha un unico obiettivo, creare valore per la filiera del Parmigiano-Reggiano; e lo stesso vale per il vitivinicolo, il cerealicolo, la pesca...

Dalle Associazioni noi ci aspettiamo che si muovano unite in questa direzione, per arrivare finalmente a dare vita ad un'unica Centrale di rappresentanza di tutte le imprese cooperative italiane.

Come Vicepresidente di Legacoop Estense lavorerò per questo.



Enrico Manni neo vicepresidente Legacoop Estense e Mauro Lusetti, Presidente Legacoop Nazionale

I PRODOTTI PARMAREGGIO NELLA PROMOZIONE "PREMI PREGIATI" DEL CONSORZIO

Il 29 ottobre 2018 è iniziata la promozione "Premi Pregiati" del Consorzio del Parmigiano Reggiano:

- un **concorso** che terminerà il 30 giugno 2019 e che permette di vincere **1 Smartphone ogni settimana** e partecipare all'**estrazione finale** di una **Maserati Gran Cabrio**,
- una **raccolta punti**, che continuerà fino al 30 aprile 2020, per collezionare le **Pregiate Porcellane**: oggetti unici, caratterizzati da un'accurata lavorazione e da un particolare decoro a rilievo, per presentare in modo raffinato il Parmigiano Reggiano e rendere più preziosa la tavola.

Il consumatore può acquistare il Parmigiano Reggiano preferito e partecipare al concorso inserendo i suoi dati e la foto dello scontrino (sul quale compare la dicitura "Parmigiano Reggiano") accedendo al sito www.premipregiati.it o scaricando la app gratuita su App Store e Google Play.



I prodotti Parmareggio che partecipano alla Collection "Premi Pregiati" sono tanti:

- Parmigiano Reggiano 30 Mesi e 22 Mesi Parmareggio in pezzi (tutti i formati)
- Parmareggio Snack 100g
- Petali di Parma in vaschetta da 100g
- Grattugiato 30 Mesi Parmareggio da 60g e Grattugiato classico da 60g e 100g
- Grattugiati Parmissimo in busta e barattolo

Su tutti i prodotti abbiamo inserito un flash dedicato per dare visibilità alla promozione.



Nei punti vendita della grande distribuzione abbiamo attivato diverse iniziative per promuovere il Parmigiano Reggiano e spiegare la meccanica della raccolta punti e del concorso, vestendo le vasche-frigo con il materiale in cartotecnica messo a disposizione dal Consorzio.



Per spingere ulteriormente la partecipazione alla raccolta punti abbiamo posizionato degli espositori contenenti dei **leaflet informativi** sulla Collection e **organizzato contemporaneamente più di 200 giornate con banchetti promozionali ed hostess**.

Su alcune catene infine, grazie a operazioni promozionali concordate con i clienti della GDO, abbiamo allestito delle **bancarelle con vendita guidata dei prodotti Parmareggio** coinvolti nella Collection.



L'ABC DELLA MERENDA DOLCE CON CROSTATINA AL CACAO VINCE IL PREMIO FOOD

Il 28 febbraio si è svolta la premiazione della 5° edizione del **Premio Prodotto Food 2019**, l'evento dedicato alle più grandi imprese dell'industria alimentare e della distribuzione.

Con questo premio la rivista Food vuole valorizzare e dare visibilità all'innovazione nel settore Food&Beverage, premiando le **realità imprenditoriali che più hanno puntato sulla Ricerca & Sviluppo**, cavalcando con successo i nuovi trend tra i quali salutismo, tradizione, convenienze e ingredienti di tendenza.

Al termine di un giudizio articolato in due fasi, che coinvolge tutti gli operatori della filiera (produzione, distribuzione, consumatore) misurando sia dati quantitativi (panel Nielsen) sia qualitativi (panel Doxa), sono stati premiati i vincitori di ognuna delle 12 categorie merceologiche e dei 6 riconoscimenti speciali.



Matteo Ghidi Responsabile Marketing di Parmareggio riceve il premio Food

Grande soddisfazione per **L'ABC della merenda dolce con Crostatina al Cacao** che si è aggiudicata il **1° posto nella categoria Formaggi e Latticini**, grazie agli elementi distintivi di innovazione e equilibrio nutrizionale che caratterizzano questa e tutte le altre referenze della gamma ABC Parmareggio.



Siamo molto contenti e orgogliosi di questo riconoscimento, ottenuto grazie all'impegno quotidiano di tutte le persone che a diverso titolo collaborano e lavorano in Parmareggio.

Speciale Fiere Export

Bonterre al centro dei riflettori: le prime fiere della neo-nata holding

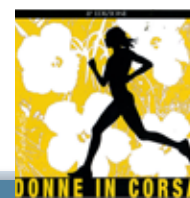
Nella prima metà del 2019, **Bonterre** sarà al centro delle principali fiere europee che tradizionalmente si tengono tra aprile e maggio. Il nuovo Gruppo sarà presente a **Cibus Connect** di Parma (il 10 e 11 Aprile), a **Tuttofood** di Milano (dal 6 al 9 Maggio) e alla fiera della marca privata **PLMA** di Amsterdam (21 e 22 Maggio).

Saranno **tre appuntamenti importanti** per il nostro Gruppo, soprattutto la fiera **Tuttofood**, dove avremo una isola di 136mq interamente dedicata a Parmareggio e Casa Modena, situata tra il padiglione dei Formaggi e quello delle Carni.

Le fiere avranno particolare importanza per le vendite estero: saranno infatti supportate da un importante programma di incoming che ha l'obiettivo di portare i principali buyer della distribuzione mondiale. Siamo certi che dalle nuove sinergie potremo ottenere ottimi risultati.



Sponsorizzazioni



L'ABC do lanche protagonista al teatro Politeama di Lisbona

Da Ottobre 2018 a Maggio 2019, Parmareggio è protagonista al Teatro Politeama di Lisbona, uno dei

principali teatri della capitale portoghese. Abbiamo avuto infatti la possibilità di sponsorizzare gli eventi che si sono svolte presso il Politeama attraverso attività di sampling del nostro prodotto **ABC do lanche**, **L'ABC della merenda dedicata al mercato portoghese**. Oltre al sampling, abbiamo posizionato alcuni totem Parmareggio agli ingressi principali del teatro e la mascotte di Emiliano, il Topolino Intenditore di Parmareggio che accoglie gli ospiti al teatro e regala le Gomme di Parmareggio. Una sponsorizzazione che ci ha permesso di ottenere una **buona visibilità in uno dei principali teatri di Lisbona**, mettendo a contatto il marchio Parmareggio anche con i più piccoli, che hanno visitato il teatro in occasione del musical dedicato ad un pubblico più bambino.



L'ABC della merenda sulle piste da sci con Week4Kids



Dal 10 al 16 marzo scorso si è svolta la 7ª edizione di **Week4Kids**, la settimana bianca per bambini e ragazzi dai 3 ai 14 anni.

L'iniziativa, che coinvolge circa **20 scuole di sci delle principali località sciistiche e oltre 5.000 famiglie**, vuole avvicinare i giovanissimi allo sci, facendo vivere un'esperienza sulla neve a 360°, tra discese mozzafiato, giochi, laboratori, attività e sorprese.

Il programma, comune per tutte le scuole, prevede al mattino lezioni collettive di sci e snowboard con maestri qualificati, mentre nel pomeriggio attività da vivere insieme ai compagni di avventura: giochi, piccole escursioni, animazione.

E a dare un dolce benvenuto ai piccoli partecipanti, **gli ABC della merenda con Plumcake e con Crostina al Cacao, distribuiti all'interno dei Welcome Kit** consegnati ai ragazzi all'arrivo nelle località sciistiche.



Una corsa per dire "no" alla violenza sulle donne

Lo scorso 8 marzo, una bellissima serata ha accompagnato l'ottava edizione di **DONNE IN CORSA**, la gara podistica tutta al femminile organizzata da UISP e Podistica Interforze con la partecipazione attiva della Polizia di Stato.

Ai nastri di partenza, in Piazza Roma, si sono date appuntamento **più di 800 donne, di cui 130 per la gara competitiva**. L'iniziativa ha posto l'accento sui **diritti delle donne, per dire no alla violenza e agli abusi**, purtroppo ancora molto attuali.

La gara e la camminata non competitiva, su un percorso nel centro storico della città, sono sicuramente un modo diverso di trascorrere tutte insieme una serata di festa.

Per l'occasione è stato promosso inoltre un concorso di disegno e pittura rivolto agli studenti del Liceo Artistico Venturi di Modena dal titolo "I ragazzi dipingono le donne... i diritti e la violenza".

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

Appuntamento al 2020!!!



Parmareggio per l'ambiente

I CONSUMI E I RISPARMI

Parmareggio ha confermato anche nel 2018 la **certificazione relativa all'ambiente**. Il lavoro rivolto all'**efficienza energetica** è divenuto una

prassi consolidata nella gestione delle risorse necessarie al funzionamento di sistemi, macchine e impianti del ciclo produttivo nei siti del gruppo Parmareggio. 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.

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.

La **CO₂ emessa** dagli stabilimenti produttivi è passata da 265.17 ton del 2012 a 221.39 ton del 2018.

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, registrando una riduzione

di consumo di **energia elettrica** per tonnellata di prodotto del -15.9 % rispetto al 2012.

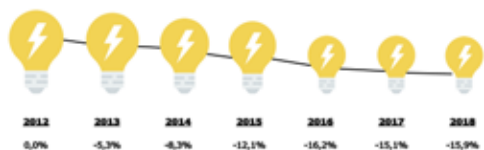
Per quanto riguarda il consumo di **gas metano** per unità di prodotto, nel 2018 è in linea con la media del triennio, registrando una riduzione del -0.6 % rispetto alla media del triennio e del -19.3 % rispetto al 2012.

Possiamo dire che dal 2012 al 2018 a fronte di un incremento produttivo pari a + 22%, corrisponde ad un consumo specifico di **acqua** di -13.2%.

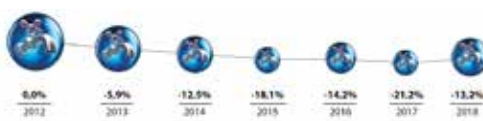
CO₂ emessa dagli stabilimenti in relazione ai volumi di prodotto



Riduzione consumi di energia elettrica per tonnellata di prodotto rispetto al 2012



Riduzione consumi di acqua per tonnellata di prodotto rispetto al 2012



Riduzione consumi di gas metano per tonnellata di prodotto rispetto al 2012



ALTRI PROGETTI PER RIDURRE LA CO₂: insieme riduciamo il consumo di plastica!

Progettazione area di ristoro

Con l'obiettivo della riduzione del volume dei rifiuti abbinata alla corretta raccolta differenziata, sono stati installati nelle zone ristoro dei **compattatori automatici per le bottiglie di plastica** e dei **tritatori automatici per bicchieri monouso e palette zucchero**, con riconoscimento premio rottamazione da accreditare su ogni chiavetta elettronica.

Grazie ai vostri suggerimenti nel 2018 abbiamo introdotto i **bocconi di acqua**, con l'obiettivo di ridurre il consumo di bottigliette e di bicchieri di plastica.

Dopo un'approfondita valutazione su rischi e benefici ambientali delle diverse ipotesi attuabili, è stato deciso di installare i bocconi che sono ad oggi presenti nelle aree ristoro.

Abbiamo scelto questa soluzione per molteplici motivi:

- i bocconi in PET monouso utilizzati nascono da preforma vergine e vengono poi immessi nel processo di recupero del PET
- un boccone da 18 litri sostituisce 36 bottigliette da 0,5lt
- lotta agli sprechi: i bocconi possono erogare acqua in bicchieri, ma soprattutto possono riempire borracce
- il boccone quadrato permette una notevole ottimizzazione logistica, riducendo i kg di CO₂ immessi a parità di carico, in quanto a parità di dimensioni possono essere trasportati 48 bocconi anziché 36 di tipo tondo
- il fornitore ha ottenuto la certificazione AZZERO CO₂, che attesta la compensazione della CO₂ generata tramite interventi di forestazione

Curiosità:

- un bicchiere di plastica monouso ha un impatto ambientale durante il suo ciclo di vita di circa 15gr di CO₂
- una bottiglietta di plastica monouso da 0,5lt ha un impatto ambientale di circa 30gr di CO₂

Un rapido calcolo:

se ognuno di noi (circa 100 persone) prende 2 caffè al giorno al distributore e 2 bottigliette di acqua da 0,5lt, l'impatto ambientale causato è in tutto di 9kg/giorno di CO₂ emessa, pari a circa 1.980kg/anno di CO₂ immessa in ambiente.

Alla luce di ciò, per Natale abbiamo regalato a tutti i dipendenti la **Borraccia della Lega Del Filo D'oro**.

USIAMOLA quotidianamente, in sostituzione delle bottigliette e dei bicchieri! Faremo il bene dell'ambiente!



La storia vincente di un rifiuto

Dal 2015 a oggi i fanghi prodotti dagli impianti di depurazione degli stabilimenti produttivi non vengono smaltiti ma recuperati per la produzione di Biogas. Nel 2018 è stato calcolato una produzione di Biogas di circa 36800 Nm³ pari a 92000 kWh di energia termica prodotta.

Il passaggio dallo smaltimento al recupero, soddisfa il principio di priorità nella gestione dei rifiuti, richiesto dall'art.179 del Dlgs 152/06, costituendo di fatto la migliore opzione ambientale per questo rifiuto.

Giornate a tema

Sono state programmate diverse iniziative di comunicazione per sensibilizzare tutti gli attori coinvolti sul tema della sostenibilità ambientale.

L'ABC della sana alimentazione e dei corretti stili di vita.

Nei giorni 6, 7 e 8 febbraio si sono svolti degli incontri per la giornata mondiale dell'alimentazione, con la partecipazione del Dott. Giorgio Donegani, nutrizionista e del Medico competente di Modena, Dott.ssa Evi Ietri. L'obiettivo è stato dare delle indicazioni su una migliore alimentazione ai fini della salute del personale, illustrando anche gli effetti di una cattiva alimentazione sulla sicurezza del lavoro e sulla produttività.



M'illumino
#MilluminoDiMeno



PARMAREGGIO HA ADERITO ALLA CAMPAGNA M'ILLUMINO DI MENO 2019

Fai come il nostro
Enzino! ;-)

GRAZIE



di meno.
#MilluminoDiMeno



Anche quest'anno abbiamo partecipato a "M'illumino di meno": la campagna di sensibilizzazione sulla razionalizzazione dei consumi. La **giornata del risparmio energetico e degli stili di vita sostenibili**, ideata nel 2005 da Caterpillar e RAI Radio 2, è un'iniziativa simbolica e concreta che fa del bene al pianeta e ai suoi abitanti. Quest'anno l'iniziativa era dedicata all'**economia circolare**, con l'obiettivo di **riutilizzare i materiali, ridurre gli sprechi, allontanare il fine vita delle cose**.

Estendiamo tutti insieme il concetto del risparmio energetico nel quotidiano, sul lavoro e anche a casa nostra, utilizzando la regola del "Ri":

Ri-Uso

Ri-Creo, dagli scarti per ottenere nuovi oggetti

Ri-Fiuto di utilizzare troppa plastica

Ri-Scaldo, gli avanzi del pranzo precedente

Ri-Ciclo, i rifiuti nel modo corretto

Ri-Sparmio, spegnendo le luci quando non servono

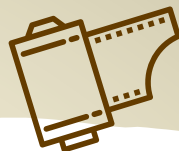
Ri-Spetto, l'ambiente che mi circonda per i miei figli

Ri-Penso, al mio stile di vita per renderlo più ecocompatibile

L'economia Circolare è più facile se insieme collaboriamo per questa strada!!!



Come eravamo



Fertilioop

La storia del **Consorzio Caseifici Sociali** affonda le sue radici nelle **lotte contadine della metà del Novecento**. Nel 1945, infatti, in provincia di Modena l'attività lattiero-casearia rappresentava il settore primario dell'economia agricola con circa 700 caseifici. Il 1945 era anche l'anno in cui intorno a Modena si inasprivano le **lotte per ottenere la divisione del latte alla stalla**. Si trattava di un tassello fondamentale nello scontro sociale e politico, che avrebbe portato al superamento della mezzadria e di tutto ciò che significava, dall'iniqua spartizione del latte, di cui metà del valore doveva essere versato al proprietario, fino all'arbitraria fissazione del prezzo, tendente sempre verso il basso, passando anche dalle interessate politiche commerciali, tutte appannaggio dei latifondisti e degli industriali.

La lotta, alla fine, fu vinta, con un'importante conseguenza per il mondo lattiero-caseario: la nascita di una **nuova forma organizzativa, quella dei caseifici sociali**, gestiti e controllati direttamente dai mezzadri. I tempi iniziavano ad essere maturi per compiere scelte più coraggiose: la costituzione di un consorzio provinciale fra tutti i caseifici per vendere e distribuire congiuntamente formaggio e burro. **Era il momento della nascita del Consorzio Caseifici Sociali, il CCS, come veniva abbreviato: il 31 gennaio 1959, lunedì, giorno del mercato bestiame e festa del patrono di Modena, veniva firmato l'atto di costituzione dai dieci caseifici fondatori, consapevoli di iniziare un'avventura unica e "rivoluzionaria" nel settore. La scelta del logo della torre della Ghirlandina, simbolo di Modena, aveva un significato chiaro e di buon auspicio.**



Caseificio Vittoria, 1950



S.Marino - Carpi, 1948

Novità dal Garden



LA PRIMAVERA È NELL'ARIA...

...e al garden troverete un'esplosione di colori e profumi!

Con l'arrivo delle belle giornate cresce la voglia di colore, di profumo e di vita.

Il metodo migliore per celebrare l'arrivo della bella stagione è **piantare dei fiori per decorare giardini, terrazzi e balconi.**

I fiori di primavera sono un connubio di bellezza, delicatezza e fragranza che rendono gli ambienti esterni della casa belli e piacevoli, arricchendoli di un tocco delicato e colorato che, oltre che decorativo, fa bene al cuore.

Al garden troverai un grande assortimento di colori, tra gerani e gazanie, azalee e rododendri, margherite, petunie e surfinie, begonie e tageti, e tante altre piantine stagionali per abbellire le tue aiuole e tuoi balconi.



I GERANI

Sono indubbiamente uno dei fiori più diffusi sui nostri balconi e terrazzi.

Pur essendo molto belli e scenografici bisogna però fare attenzione a farli fiorire bene e abbondantemente, altrimenti è facile trovarsi con delle piantine poco fiorite e stentate, non molto belle da vedere.

I gerani vanno rinvasati ad ogni primavera, facendo attenzione a non scegliere vasi troppo grandi. Il terreno deve essere soffice e leggero per evitare ristagni d'acqua: l'ideale è me-

scolare al terriccio universale abbondante torba. Vanno annaffiati molto spesso, anche tutti i giorni durante la stagione calda. Ma **attenzione ai ristagni d'acqua** che possono rovinarli e indebolirli. Ogni 2 settimane circa è importante **aggiungere del concime universale** per farli fiorire rigogliosamente. La cosa meravigliosa dei gerani è che una volta piantati possono durare anni e anni, ma per conservarli bisogna **proteggere i vasi quando la temperatura scende sotto i 15 gradi.**

I PROFUMI DELL'ORTO... ANCHE BIOLOGICO!

Con l'arrivo della primavera torna la voglia di occuparsi dell'orto o, se non l'abbiamo mai fatto, di crearne uno tutto nostro per **avere sempre a disposizione le verdure che preferiamo.** Un piccolo orto dovrebbe essere presente su ogni balcone, in ogni giardino, o nel cortile di ogni edificio scolastico. **Coltivare un orto è educativo, salutare, permette di mantenersi**

in forma senza sforzo e di avere a propria disposizione alimenti genuini a costo e a chilometri praticamente zero.

Al garden troverete un grande assortimento di piantine e tutto ciò che serve per coltivare un orto personalizzato, anche **BIOLOGICO.**



Ti aspettiamo
tutti i giorni dal lunedì a
domenica compresa
9,00 - 12,30 / 15,00 - 19,30



PARMAREGGIO
INforma

Newsletter aziendale
del Gruppo Granterre

Potete inviare eventuali suggerimenti a granterre@granterre.it

Responsabile di Redazione Giuliano Carletti
Redazione Milena Ferrari, Emanuela Guazzaloca, Giorgio Vitali
Segreteria di redazione, progetto grafico e impaginazione Mediagroup98

www.parmareggio.it

www.facebook.com/Topolini.Parmareggio

