

# Parmareggio in forma

Bimestrale di informazione del Gruppo Granterre



**Intervista  
a Sonia Piana  
Responsabile  
dell'ufficio  
Customer Service**

Pag. 2



**Pag. 4**  
**Raccolta Punti  
Emilia e Vinci**

**Pag. 5**  
**Le proposte 2014  
Parmareggio...  
tutte da gustare!**



**Happyflor  
è su  
Facebook**



Pag. 8



**L'editoriale di Giuliano Carletti**

## Primi nella crescita!

Le aspettative generali su un 2013 ancora difficile e segnato da una congiuntura economica negativa si sono purtroppo avverate, anzi i dati sono risultati

a consuntivo leggermente peggiorativi rispetto alle previsioni.

I dati salienti del 2013 sono indubbiamente la riduzione del PIL (-1,8%) e dei consumi delle famiglie (-2,5%), unitamente al tasso medio di disoccupazione generale salito al 12,2%, mentre quello relativo ai giovani ha superato addirittura il 40%!

Anche il mercato in cui competiamo (il Parmigiano Reggiano confezionato venduto nella distribuzione moderna) ha evidenziato una significativa riduzione dei consumi -12,7%. Come negli altri mercati dell'alimentare anche nel nostro si conferma il costante aumento delle vendite in promozione, delle private label e dei primi prezzi. Sul lato dei prezzi va segnalato che dall'analisi delle quotazioni camerale di Milano emerge un calo medio rispetto al 2012 del 5,8% del Parmigiano Reggiano di 12 mesi e del 5,1% di quello a 24 mesi. Le quotazioni del burro zangolato han-

no invece fatto registrare un incremento medio addirittura superiore al 50%! Questi andamenti si sono tradotti, nel settore formaggi, in un calo dei nostri prezzi medi di vendita e di acquisto, a fronte invece di un aumento generalizzato dei costi di gestione legati all'inflazione, penalizzando pertanto la redditività media. Nel settore burro questo peggioramento della marginalità è stato ancora superiore in quanto non è stato possibile, stante le condizioni economiche generali, adeguare i prezzi di vendita al fortissimo incremento delle materie prime.

Per contrastare questi scenari di mercato che avrebbero potuto mettere pesantemente a rischio i risultati economici ottenuti negli scorsi anni, abbiamo reagito puntando ancora una volta sulla nostra capacità di **continuare a crescere** in modo considerevole, grazie all'innovazione, alla nostra distintività, all'eccellenza della nostra gamma di prodotti e alla notorietà del nostro marchio.

E i risultati sono stati, ancora una volta formidabili con **volumi in forte crescita: +6,8%** sia nei **formaggi confezionati** che nel **burro; +17,3% dei formaggi a marchio Parmareggio** a cui aggiungere, per il secondo anno consecutivo, lo straordinario **raddoppio**

**dei volumi del burro Parmareggio.** Ma tutta la gamma di formaggi Parmareggio ha evidenziato grandi risultati a volume: i Formaggini e Le Fettine sono cresciuti di oltre il 30%, spinti anche dalle apprezzate campagne televisive di marzo e ottobre; +13% per "Parmareggio 30 mesi"; +12% per i grattugiati (trainati dal "Grattugiato 30 mesi"); +8% per "Parmareggio snack".

Ha sicuramente contribuito a questi incrementi anche la raccolta punti "Regali da intenditori" ancora più ricca e stimolante per il consumatore, che ha avuto un grande ritorno: le tessere inviate sono state quasi 100.000, con un incremento del 50% rispetto al 2012. Parmareggio si è confermata la marca leader di mercato nei pezzi e bocconcini, nei grattugiati, lo è diventata anche nel burro, è al secondo posto nelle fettine e al terzo nei formaggini, grazie anche al grande sforzo di inserimento nei negozi dei nostri prodotti: 30 mesi, formaggini, fettine snack e burro sono presenti in oltre l'80% degli iper e super italiani.

La conferma della straordinarietà di questi risultati ci è venuta dai dati forniti da Nielsen, società leader mondiale nelle rilevazioni di mercato: nella speciale classifica delle marche presenti nel Largo Consumo Confezionato con

prodotti a peso fisso (Nielsen TradeMis al 29.12.2013) Parmareggio si è posizionata al 65° posto (dall'85° del 2012), ma, soprattutto, è risultata al **primo posto per percentuale di crescita del fatturato!**

Il **fatturato complessivo** si è attestato a **circa 276 milioni di euro**, con un incremento di 8 milioni di euro, nonostante il calo registrato nei prezzi medi di vendita del formaggio.

Ma sono soprattutto i risultati di tutti i **prodotti a marchio Parmareggio** a rappresentare la nostra forza ed il successo della nostra strategia: **abbiamo superato i 116 milioni di fatturato, con un incremento di quasi 17 milioni di euro (+16,6%) a valore e di ben il 30,5% a volume**, grazie in particolare alla grande crescita registrata nel burro.

Il fatturato complessivo di tutti i prodotti venduti con i nostri marchi (Parmareggio, Parmissimo, Unigrana, ecc.) supera i 140 milioni di euro superando quindi il 50% del fatturato totale.

Per quanto riguarda l'**export**, realizzato in circa 50 paesi, gli andamenti sono analoghi e coerenti con quelli complessivi appena illustrati: crescita del 4% dei volumi dei formaggi confezionati, +13% dei prodotti a marchio Parmareggio, riduzione delle vendite in forme

# IL CLIENTE AL CENTRO

Con questo obiettivo ambizioso e lungimirante nel 2001 nacque il customer service, l'ufficio a cui l'azienda affida la delicata fase di interfaccia con il cliente e la gestione del flusso dell'ordine.

Ordini inseriti Italia e Estero	59.727
Ordini medi per giorno	180
Picco massimo (novembre/dicembre)	400 ordini/giorno
Ordini EDI <i>Electronic Data Interchange</i>	14.557 pari al 24% del totale
<b>Clienti serviti</b>	
• Italia	1.750
130 i principali clienti	
• Estero	137
clienti di consegna 2.484	
<b>Agenti Italia</b>	57
<b>Agenti estero</b>	3
<b>Procacciatori</b>	
• Italia	10
• Procacciatori Estero	3

"Nell'ufficio siamo in 12 - ci dice la responsabile **Sonia Piana** - due persone sono assegnate alla gestione dei clienti esteri, sette curano la clientela italiana e due si occupano invece della contrattualistica. L'attività dell'ufficio consiste nella **cura della vendita dall'inizio alla fine**, curando sia il front office che il back office.

Si parte con l'inserimento dell'anagrafica cliente e si prosegue con la gestione dell'ordine di vendita (inserimento, controllo condizioni e prezzi) fino alla

gestione delle eventuali contestazioni, quindi procediamo alla emissione delle note di credito per il riconoscimento dei premi e alla registrazione delle fatture promozionali."

#### Il cliente ha sempre ragione!!!

"Lo sappiamo bene! - conferma Sonia - il motto dell'ufficio è **"Buongiorno Parmareggio, come possiamo aiutarla?"**. Noi abbiamo adottato un'organizzazione che tende a personalizzare il rapporto con il cliente, garantendo un unico riferimento interno. Per l'estero



siamo impostati in logica cliente/Paese, mentre per l'Italia abbiamo replicato a livello di ufficio la suddivisione del territorio in base alle aree Nielsen (nord-ovest, nord-est, centro e sud) affidando il nostro cliente ad un solo referente commerciale cui corrisponde un omologo referente interno. Lavoriamo quindi per soddisfare i ns 2.500 clienti, ogni giorno, per circa 60.000 ordini in un anno.

Un lavoro che richiede buone capacità relazionali e di problem solving: si alternano e spesso sovrappongono le attività operative, come l'inserimento dell'ordine con la gestione del post vendita, ponendo l'ufficio come interfaccia aziendale verso l'esterno. Il nostro obiettivo resta quello di **alzare il livello di servizio**, offrendo **assistenza qualificata e tempestività di risposta**. Per fare questo cerchiamo di limitare i tempi da dedicare alle attività più routinarie."

**La soddisfazione del cliente. Come facciamo ad andare oltre al semplice slogan?**

**Sonia è lapidaria: "Il cliente è soddisfatto quando riceve la merce subito ed ottiene tempestivamente la liquidazione delle poste contrattuali, fuori fattura. Ci addentriamo nei meandri del contratto commerciale con le sue voci ricorrenti. Parliamo dei premi di fine anno (premi concordati in fase di rinnovo contrattuale, di norma, in percentuale sul fatturato sviluppato) e**

cosiddetti compensi promozionali (riconoscimento da parte dell'azienda nei confronti del cliente di importi per attività straordinarie di inserimento prodotti, quali volantini, inserimento in collection della catena etc). **Oggi il rapporto con la clientela - continua Sonia - è diventato più complesso** dal punto di vista formale e contrattuale. L'introduzione dell'art. 62 ha portato infatti un beneficio a favore delle aziende agroalimentari perché ha indicato un termine massimo di dilazione nei pagamenti, ma ha comportato una maggiore complessità nei contratti e l'incremento della frequenza nell'emissione delle fatture promozionali."

**La tecnologia potrebbe aiutare a ridurre le attività più operative? È questo l'obiettivo della procedura EDI?**

"L'EDI è una piattaforma di invio ordini su tracciato informatico condivisa con il cliente. Questa formula semplifica l'attività di inserimento dell'ordine, riducendo i tempi e le possibilità di errore. A fine anno siamo passati da un dato del 19% al 24%, con l'obiettivo di arrivare entro il 2014 al 35%. In futuro poi si potrebbe implementare la tecnologia OCR, un processo che attraverso il riconoscimento ottico dei documenti cartacei o delle mail alimenta in automatico i sistemi operativi, semplificando e riducendo i tempi dell'inserimento."

2

“ **• Risposta tempestiva verso i clienti, con la capacità di individuare i problemi nel flusso interno dalla produzione fino all'evasione**  
**• Supporto interno alla nostra forza vendita, con assistenza sulla parte contrattuale**  
**• Mappatura delle promozioni con verifica dell'avanzamento ordini in promo, con una funzione attiva nei confronti del nostro funzionario e del cliente.** ”

## L'editoriale segue da pagina 1

intere. Il fatturato è stato di circa 40 milioni di euro, con una incidenza sul totale del formaggio venduto del 19%. Gli andamenti di mercato che hanno determinato una riduzione delle nostre marginalità medie sono stati perciò fronteggiati dal significativo aumento dei volumi che abbiamo descritto e da un generalizzato recupero di efficienza a tutti i livelli.

Possiamo così rilevare con grande soddisfazione che tutto quello che abbiamo costruito e realizzato nel corso di questo 2013 così impegnativo e difficile si è tradotto in un **utile netto di 6 milioni di euro**, circa 500 mila in più rispetto all'anno precedente.

L'**indebitamento netto** si è attestato a 106 milioni di euro, con un incremento

di circa 11 milioni derivante principalmente dalle maggiori rimanenze di formaggio necessarie per fronteggiare i maggiori volumi venduti e, soprattutto, dovute all'auspicato ritorno alle normali condizioni di operatività dei nostri casellici soci dopo il 2012 segnato dagli eventi sismici che tutti ricordiamo.

Da sottolineare ancora una volta come, in un anno caratterizzato da grandi tensioni sull'occupazione, abbiamo chiuso l'anno con un organico di 292 dipendenti, 3 in più rispetto a fine 2012. Oltre all'assunzione diretta di una persona a tempo indeterminato (portando a 15 le assunzioni di questo tipo negli ultimi 5 anni); sono stati 9 i contratti trasformati a tempo indeterminato nel corso dell'anno e 45 quelli complessivi

dell'ultimo quinquennio.

**Primi nella crescita:** pensiamo sia questo l'elemento che maggiormente caratterizza questo 2013. Abbiamo saputo ancora una volta fronteggiare un anno particolarmente complesso e difficile con la responsabilità, la determinazione, la passione e la coesione che ci contraddistinguono.

Ciascuno di noi, soci, dipendenti, collaboratori, ha dato il massimo contributo personale nell'affrontare i piccoli e i grandi problemi quotidiani, puntando a migliorarci costantemente e a ricercare l'eccellenza a tutti i livelli: per questo va un plauso ed un ringraziamento a tutti! Come sempre questi importanti risultati raggiunti devono da un lato renderci orgogliosi di quello che siamo stati ca-

paci di realizzare tutti insieme e, dall'altro, devono darci una forte carica per affrontare il futuro che, ne siamo certi, non mancherà di metterci ancora alla prova.



**15 MAGGIO**

**Assemblea dei soci**

presso l'Istituto di Istruzione Superiore  
per le Tecnologie Agrarie e Servizi  
L. Spallanzani - Castelfranco Emilia (MO)

# UN DOPPIO "TUTTO esaurito" AL PALASPORT DI MODENA PER I PARMAREGGIO DAY



Erano **oltre 5000 gli spettatori** che lo scorso 23 febbraio hanno partecipato al Parmareggio Day, organizzato al Palasport in occasione della partita Casa Modena - Lube Macerata, accolti all'ingresso da Emiliano, Ersilia ed Enzino.

**Le nostre iniziative hanno ottenuto un grande successo:** tanti i bambini con la mascherina del Topolino Emiliano, tutti i tifosi che all'ingresso hanno potuto assaggiare il Parmareggio Snack e fare le foto con le nostre mascotte.

Anche l'evento in sala vip, dove abbiamo proposto alcuni assaggi dei **nostri nuovi prodotti, Mini Stick, Spalmabile e Filoncino Parmareggio**, ha avuto un riscontro positivo.

**Il Premio Intenditore è andato a Massimo Taibi, ex portiere di serie A e oggi Responsabile del Settore Giovanile del Modena F.C., mentre premiato come MVP Michele Bara-**

**nowicz, palleggiatore molto amato dal pubblico modenese** e grande ex della partita.

In quell'occasione, **Modena Volley ha introdotto il Terzo Tempo**, una novità assoluta per il mondo della pallavolo!

**Al termine della partita, gli atleti e gli staff dirigenziali e tecnici delle due squadre si sono ritrovati in Sala Vip per un momento di condivisione e socializzazione tra i due club**, i partner commerciali della società gialloblu e quanti hanno collaborato per la buona riuscita della partita e dell'evento ad essa collegato. **Un momento di convivialità per declinare i valori sportivi e culturali del volley... gustando i prodotti Parmareggio!**

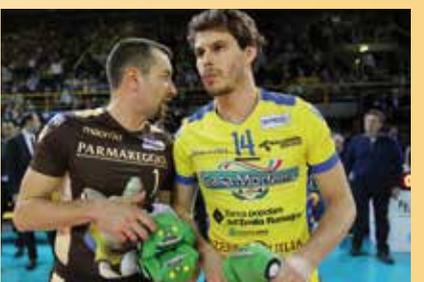
**Tutto esaurito anche la sera del 9 aprile** scorso, quando Casa Modena ha giocato gara 2 delle semi-finali scudetto contro Macerata, di fronte al pubblico di casa.

E noi siamo stati nuovamente vicino alla squadra, organizzando un nuovo Parmareggio Day e offrendo ai tifosi una bandierina personalizzata, per contribuire a creare quella "magica atmosfera" che si respira soltanto all'interno del Palasport modenese.

Per coinvolgere ancora di più i tifosi **abbiamo proposto il concorso "Parmareggio ti regala... premi da intenditori"**. Molte persone hanno partecipato, compilando l'apposito coupon, per vincere 1 maglia di Bruninho, 1 maglia di Manià e 1 pallone autografo dai giocatori di Casa Modena.

**Emiliano ha consegnato il Premio Intenditore a Leo Turrini, giornalista e scrittore modenese legato allo sport gialloblu, mentre Giuliano Carletti ha premiato il MVP della partita Ivan Zaytsev.**

Sono stati **due momenti di spettacolo, tifo e aggregazione**, e per noi di



grande visibilità, considerata anche la diretta televisiva nella partita di regular season e il grande richiamo di pubblico durante la semi-finale.

Peccato solo per i risultati che, alla fine di due partite comunque cariche di intensità e di agonismo, hanno visto la squadra marchigiana vincere in entrambe le occasioni per 3-0 su Modena, aggiudicandosi anche l'accesso alla finale scudetto come squadra favorita alla vittoria finale del campionato.

Ringraziamo la squadra e lo staff modenese per questo anno di collaborazione e... arrivederci alla prossima stagione!



# PARMAREGGIO TI INVITA AL... GRANDE APERITIVO ITALIANO!

**Il Grande Aperitivo Italiano** è un progetto di marketing e comunicazione che ci vede coinvolti insieme ad altre tre aziende, eccellenze dell'industria alimentare italiana e note a tutti per i loro prodotti buoni e di qualità: **Casa Modena**, che da sempre produce e commercializza i migliori salumi della tradizione emiliana, **Amica Chips**, azienda italiana specializzata nella produzione di patatine, snack e crostini e **Cantine Maschio**, una tra le più prestigiose case vinicole italiane del Gruppo Cantine Riunite - CIV. Il progetto prevede l'utilizzo dei prodotti delle quattro aziende, finalizzati al momento di consumo dell'aperitivo:

↘  
i nostri **Mini Stick**, il **Parmigiano Reggiano 30 mesi** e il nuovo prodotto **SpalmaRÉ**

↘  
i Cubetti di Mortadella e gli affettati Casa Modena e lo **Speck Senfter**

↘  
le Patatine Eldorada di Amica Chips

↘  
il Prosecco Maschio 3x200ml



Per il progetto è stato coniato il Brand **"Accademia dell'Aperitivo"** con un logo realizzato ad hoc, filo conduttore di tutte le iniziative e di tutti i materiali creati per l'attività, e che riprende i prodotti dell'aperitivo italiano.

Il progetto si svilupperà in circa **90 punti vendita selezionati** (Ipercoop, LeClerc, Auchan, Iper, Bennet, Emisfero, Panorama, Gigante e Carrefour), da **maggio a luglio 2014**, e si svilupperà con un'operazione promozionale a livello nazionale, con un supporto di comunicazione continuativo di medio/lungo termine.

Per l'intera settimana di riferimento, nei punti vendita selezionati saranno allestite le testate di gondola brandizzate, dove **saranno esposti i prodotti del Grande Aperitivo** (in alternativa sarà utilizzata la vasca promozionale), venduti per l'occasione ad un prezzo promo. **L'In-Store Promotion si svolgerà in un week end stabilito (venerdì e sabato)**, durante il quale due hostess veicoleranno la vendita del prodotto ed offriranno in degustazione l'aperitivo, oltre a distribuire i gadget (4 segna-bicchieri e/o una

borsa termica) a fronte dell'acquisto di specifici prodotti.



## EMILIA & VINCI: LA DIGITAL COLLECTION DI PARMAREGGIO E CASA MODENA

È iniziata il **1° marzo** e terminerà il **31 dicembre** la **Raccolta Punti Digitale Emilia e Vinci**, la nuova collection che ci vede titolari insieme a Casa Modena e che si svolgerà interamente sul web.

I partecipanti potranno giocare il codice univoco che trovano su ogni confezione dei prodotti coinvolti, in particolare il **Grattugiato Fresco da 60g e da 100g** ed il **Grattugiato 30 Mesi Parmareggio**, e la gamma **Teneroni Hamburger** e **Pasta Fresca**, le **Giravolte** e la linea degli **affettati Liberamente** Casa Modena, con due differenti modalità:

**giocare immediatamente il codice tramite sms (formula instant win)**, partecipando:

- all'estrazione settimanale di 1 box riserva Parmareggio, contenente 4kg di Parmigiano Reggiano 30 Mesi, e di 1 Prosciutto crudo di Parma disossato GranCrù Casa Modena;
- all'estrazione mensile di 1 Robot da Cucina Bimby;
- all'estrazione del super premio finale, una Fiat L500.

**Collegandosi poi al sito [www.emiliaevinci.it](http://www.emiliaevinci.it) e registrandosi, parteciperanno alla collection vera e propria, raccogliendo i punti per avere un regalo a scelta tra:**

- un E-book a scelta tra gli esclusivi ricettari della cucina emiliana;
- l'esclusiva Formaggiera per offrire Parmareggio in tavola con stile;
- il simpatico Orologio con i Topolini Parmareggio;
- la Tazza da colazione in porcellana, con l'esclusivo decoro Emilia;
- l'allegria coperta in morbido e confortevole pile Parmareggio by Caleffi;
- il Tagliere Salumi e Formaggi Casa Modena;
- la Tovaglia da 6 posti con l'esclusivo decoro Emilia.

Con il meccanismo "incentive", utilizzando i codici ottenuti su tre prodotti di categorie differenti, si ottiene 1 punto omaggio per ogni soglia premio.

Per informare i consumatori e per aiutarli nelle operazioni legate alla raccolta, abbiamo realizzato **una serie di strumenti di promozione e comunicazione**, quali:

- il sito dedicato [www.emiliaevinci.it](http://www.emiliaevinci.it);
- l'invio di decine di migliaia di newsletter al nostro data base di contatti;
- una campagna di ADV su internet;
- la realizzazione di contenuti dedicati alle Fan Page di Parmareggio e Casa Modena;
- il posizionamento dei pendolini nei Punti Vendita in prossimità dei prodotti che partecipano alla promozione.

L'obiettivo del concorso è quello di aumentare la fedeltà d'acquisto con il conseguente aumento delle rotazioni e quindi dei volumi e favorire la fertilizzazione incrociata tra i prodotti, continuando a sostenere le referenze strategiche. Inoltre, potremo beneficiare dello scambio tra famiglie trattanti i prodotti GSI e i Grattugiati Parmareggio, in modo che la fidelizzazione incrociata avverrà tra prodotti di categorie diverse, con benefici che saranno amplificati dallo strumento digitale che consente di monitorare e "sollecitare" il consumatore durante tutta la durata della raccolta.



# LE PROPOSTE 2014 PARMAREGGIO... TUTTE DA GUSTARE!



## SPALMARÉ

Il nuovo **Spalmabile al Parmigiano Reggiano** è un prodotto genuino, senza conservanti, nutrizionalmente bilanciato, con un contenuto calorico decisamente basso ed un elevato apporto di calcio, fosforo e vitamina A.

L'ingrediente gratificante e nobilitante del Parmigiano Reggiano è sostenuto dall'estetica e dall'originalità della confezione, che evoca una forma intera di Parmigiano, composta da due vaschette da 75g ciascuna, richiudibili con un tappo e trattenute da un cluster.

La **versatilità culinaria** è sicuramente superiore agli altri spalmabili in commercio, perché sostituibile al Parmigiano grattugiato, senza bisogno di completarlo con altri ingredienti.

Un prodotto che si posiziona naturalmente nello scaffale degli Spalmabili, ma che di fatto crea **un nuovo segmento all'interno della categoria**. Questo significa che **SpalmarÉ** non attinge al parco consumatori abituali dei formaggi spalmabili, ma allarga invece questo mercato, contribuendo ad aumentarne le vendite complessive.

**Per la prima volta, nella scelta del nome del prodotto abbiamo coinvolto l'utilizzatore finale.** Al nostro gruppo di affezionati consumatori (circa 60.000 contatti presenti nel database Parmareggio), abbiamo sottoposto **sei possibili alternative di naming**, oltre alla possibilità di proporre liberamente un nome. Il risultato ha registrato la vittoria schiacciante di **SpalmarÉ**, nome scelto dal gruppo più numeroso di consumatori, e che è diventato quindi il nome del nuovo Spalmabile Parmareggio.



## L'ABC DELLA merenda

Il nuovo prodotto, pensato per un target **bambini dai 6 ai 10 anni**, ha l'obiettivo di offrire **una merenda dal profilo nutrizionale ideale per la crescita** dei più piccoli.

Uno studio del **nutrizionista dr. Giorgio Donegani**, ha dimostrato che l'unione di Parmigiano Reggiano con grissini e succo di frutta, porta il corretto apporto di **energia, carboidrati, carico glicemico, proteine, grassi, vitamine e sali minerali e acqua**.

È per questo che abbiamo ideato **L'ABC della merenda** di Parmareggio, composto da **una vaschetta contenente un Parmareggio Snack, un succo di frutta alla pesca (125 ml) e una confezione di grissini all'olio extravergine d'oliva (15 g)**.

Nel nome del prodotto e nella realizzazione del packaging è presente un forte richiamo al mondo scolastico, con Emiliano che insegna le nozioni di base per una corretta alimentazione, oltre ai riferimenti allo studio del nutrizionista dr. Donegani.

Grazie alla vaschetta protettiva, che non permette la rottura degli alimenti al suo interno e alla possibilità di restare 4 ore fuori frigo, questo prodotto può essere portato nello zaino, **ideale come break durante le ore scolastiche oppure prima o dopo la pratica sportiva**.

**Una merenda sana e nutriente**, ideale per i bambini da consumare durante la ricreazione, ma anche per donne e uomini che cercano uno snack sano e completo o per un pasto veloce.



# Parmareggio promossa in Sicurezza e Ambiente



**Qualità, sicurezza e trasparenza dei processi produttivi** sono gli elementi fondamentali di una politica aziendale che ha portato Parmareggio ad implementare un **Sistema di Gestione Integrato Qualità Ambiente Sicurezza** che ha permesso nel corso degli anni di ottenere e di mantenere diverse certificazioni.

- Emissioni in atmosfera;
- Consumi di risorse (acqua, energia elettrica, combustibili)

**I vantaggi di un Sistema di Gestione Ambientale certificato sono i seguenti:**

- **Controllo e mantenimento** della conformità legislativa e monitoraggio delle prestazioni ambientali.
- **Riduzione degli sprechi** (consumi idrici, risorse energetiche, ecc.).
- **Agevolazioni nelle procedure di finanziamento** e semplificazioni burocratiche/amministrative.
- **Strumento di supporto** nelle decisioni di investimento o di cambiamento tecnologico.
- **Strumento di creazione e mantenimento del valore aziendale.**
- **Strumento di salvaguardia** del patrimonio aziendale e di trasparenza in operazioni di acquisizioni/fusioni (gestione dei rischi).
- **Garanzia** di un approccio sistematico e preordinato alle emergenze ambientali.
- **Migliore rapporto** e comunicazione con le autorità.
- **Miglioramento dell'immagine e della reputazione aziendale.**
- **Attuazioni di modalità definite** per la prevenzione dei reati ambientali.

Nel mese di marzo 2014, si è svolta anche la visita ispettiva di sorveglianza del **Sistema di Gestione della Sicurezza** in conformità alla norma **BS OHSAS 18001**, per i siti di Modena e Montecavolo.

Anche questa certificazione ha avuto una **valutazione positiva** da parte del CSQA.

La **Certificazione Sicurezza**, secondo la normativa **BS OHSAS 18001**, per tutti gli stabilimenti di produzione, rappresenta uno strumento organizzativo che consente di gestire in modo organico e si-

stematico la sicurezza dei lavoratori senza sconvolgere la struttura organizzativa aziendale producendo i **seguenti vantaggi:**

- **Controllo e mantenimento** della conformità legislativa e monitoraggio della sicurezza e salute sui luoghi di lavoro.
- **Accesso alle agevolazioni nelle procedure di finanziamento** e semplificazioni burocratiche/amministrative.
- **Disponibilità di uno strumento di supporto** nelle decisioni di investimento o di cambiamento tecnologico.
- **Disponibilità di uno strumento di salvaguardia** del patrimonio aziendale.
- **Garanzia di un approccio sistematico e preordinato** alle emergenze derivate da infortuni e incidenti.
- **Miglioramento del rapporto e della comunicazione con le Autorità.**
- **Miglioramento dell'immagine aziendale** verso il cliente esterno e interno.

Anche per il 2013 abbiamo ottenuto parere positivo allo sgravio contributivo INAIL per avere applicato correttamente le norme della certificazione OHSAS 18001; sono proseguiti gli investimenti non solo tesi a migliorare la produttività e puntare sull'innovazione tecnologica, ma a rafforzare e quindi consolidare i buoni risultati raggiunti nell'ambito della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro nel rispetto degli standard definiti dalla certificazione OHSAS 18001.

Il 18 e 19 novembre 2013 si è svolta da parte dell'ente CSQA la **visita ispettiva di sorveglianza del Sistema di Gestione Ambientale** in conformità alla norma **ISO 14001**, per i siti di Via Polonia a Modena e di Montecavolo, RE, **conclusasi con esito favorevole**, permettendoci di ottenere il rinnovo della Certificazione.

Il **Sistema di Gestione Ambientale** consente di formulare una politica ambientale e stabilire degli obiettivi, tenendo conto degli aspetti legislativi e delle informazioni riguardanti gli impatti ambientali significativi. Per impatto ambientale si intende qualunque modificazione dell'ambiente, negativa o benefica, totale o parziale, conseguente ad attività, prodotti o servizi di un'azienda. Parmareggio è un'azienda di medie dimensioni, con emissioni solide, liquide e gassose di diversa entità.

I maggiori problemi socio-ambientali che l'azienda ha recepito sono i seguenti:

- Scarichi idrici;
- Contaminazione del suolo;
- Quantità e qualità dei rifiuti;

## Parmareggio al Cibus 2014



Dal 5 all'8 maggio si svolgerà alle Fiere di Parma il **17° 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.

Nel 2012, con oltre 63.000 visitatori qualificati, 13.000 esteri di cui 1.300 top buyers esteri da 90 paesi, Cibus ha confermato il suo ruolo di vetrina esclusiva a livello espositivo.

Parmareggio sarà presente anche quest'anno con uno stand ampio e centrale, che riprende nella grafica tutti gli elementi distintivi della nostra marca. All'interno vi sarà uno spazio espositivo a disposizione di clienti e visitatori, con vetrine e frigoriferi per la presentazione dei prodotti Parmareggio. Un'ampio spazio sarà dedicato alle novità 2014, con un focus particolare sulle due nuovissime referenze: **SpalmarÉ** e **L'ABC della Merenda**.

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

Come sempre, ad accogliere i visitatori, insieme ai nostri funzionari commerciali, ci saranno le mascotte dei Topolini Intenditori.

**PADIGLIONE 2 – STAND D 014 (CATEGORIA FORMAGGI E SALUMI)**

## Inaugurazione del Palazzetto dello Sport "Antonio Predieri"



Sabato 29 Marzo a Manzolino, l'Amministrazione Comunale di Castelfranco Emilia ha inaugurato il Palazzetto dello Sport intitolato ad Antonio Predieri (1902-1984), pioniere della cooperazione e benefattore della comunità di Manzolino, cui ha dato dignità e occasione di affrancamento sociale grazie alla cooperativa da lui fondata.

Durante la sua vita Predieri ha contribuito al riscatto della gente più povera, fornendo cibo e lavoro, e organizzando le famiglie di contadini e braccianti in una cooperativa che negli anni ha continuato ad accrescere il proprio patrimonio: stalle, centri produttivi, terreni da coltivare.

Oggi è **Bonlatte Sca** che raccoglie l'eredità della cooperativa fondata da Predieri e su uno degli appezzamenti di terreno della cooperativa è sorto proprio il Palazzetto dello Sport "Antonio Predieri". In virtù di questa "discendenza" **Bonlatte Sca** ha voluto contribuire alla buona riuscita dell'iniziativa finanziando un progetto di ricerca storica sulla figura di Predieri: questo ha portato alla realizzazione di un opuscolo, rivolto ai ragazzi che usufruiranno del nuovo Palazzetto, in cui viene raccontata la vita di Predieri e i valori della cooperazione e della partecipazione.

All'inaugurazione hanno partecipato anche il Presidente Nazionale di Legacoop Agroalimentare Giovanni Luppi e una commossa e orgogliosa **Flavia Predieri**, discendente di Antonio.

## Anche Parmareggio... tra le donne in corsa!

L'8 marzo quest'anno a Modena è stato davvero un giorno speciale. Alla 3<sup>a</sup> edizione di "Donne in corsa - Una corsa per le donne" hanno partecipato oltre 1.200 "atlete", 130 delle quali impegnate nel percorso competitivo di km 6,5 all'interno del Centro Storico, ed un folto gruppo di Allieve dell'Accademia Militare. Ottima è stata l'organizzazione curata dall'UISP, dalla Podistica Interforze, con il supporto del Comune e della Provincia di Modena. Anche Parmareggio ha contribuito al successo dell'iniziativa, con la fornitura dei prodotti per l'allestimento dei premi alimentari.



Nella foto è assente Jessica Spagnoli che ha fatto perdere velocemente le sue tracce dopo la partenza.

## Parmareggio ha aderito a "M'illumino di meno"

Il 14 febbraio scorso Parmareggio ha aderito alla 10<sup>a</sup> edizione di *M'illumino di meno*, la celebre campagna lanciata da Caterpillar (trasmissione di Rai Radio2), che invita tutta la cittadinanza, le istituzioni e le imprese a spegnere simbolicamente le luci dalle 18.00 alle 19.30, per sensibilizzare sul tema del risparmio energetico e sull'importanza di investire sulle fonti rinnovabili.



## Un aiuto concreto ai nostri colleghi colpiti dall'alluvione

Si è conclusa la raccolta fondi attivata dall'azienda in collaborazione con le RSU a favore dei nostri colleghi colpiti dall'alluvione del 19 gennaio scorso. Anche in questa occasione la solidarietà di tutti i dipendenti del Gruppo Granterre si è attivata immediatamente e con la collaborazione di tutti è stato raggiunto un grande risultato: sono stati raccolti infatti **13.041 euro**.

Di concerto con i rappresentanti dei lavoratori abbiamo provveduto ad individuare i nominativi dei dipendenti che hanno subito gravi danni all'abitazione, alle auto o ad altri beni personali.

I colleghi che hanno subito danni rilevanti sono due ed entrambi residenti nel comune di Bastiglia.

Il giorno 10 aprile 2014 sono stati effettuati i bonifici per un importo di **6.520 euro a persona**.

La donazione di fondi da parte dell'azienda sarà destinata ad una struttura di interesse per la collettività. Sono stati presi contatti con il Sindaco del Comune di Bastiglia per valutare insieme alle istituzioni progetti specifici.

7

## Parmareggio in sfilata al carnevale di Campogalliano

Lo scorso 9 marzo, in occasione della 47<sup>a</sup> edizione del Carnevale di Campogalliano (MO), anche Parmareggio ha sfilato per le vie del paese, con un carro dedicato alla nostra azienda.

Gli amici di Campogalliano infatti hanno realizzato un carro allegorico firmato Parmareggio, riproducendo le forme di Parmigiano Reggiano ed i nostri Topolini Intenditori.

E a festeggiare insieme ai bambini, sul carro non potevano mancare Emiliano, Ersilia ed Enzino, che hanno lanciato, oltre a coriandoli e stelle filanti, anche il Parmareggio Snack.



**VI RICORDIAMO LO SCONTO DEL 15%  
PER I DIPENDENTI PARMAREGGIO-GRANTERRE**  
su tutte le piante, i fiori e gli articoli in vendita (presentando il badge alla cassa)

**Happyflor**  
GARDEN

**ORARI DI APERTURA:**  
Da Lunedì a Sabato 9.00 - 12.30 14.30 - 19.00  
Domenica mattina 9.00 - 12.30

### Corsi gratuiti

#### Il mondo delle rose

Sabato 17 maggio  
ore 9.30

Tutte le cure necessarie per far crescere questo arbusto sano e rigoglioso.



#### Il mondo dell'orto

Sabato 24 maggio  
ore 9.30

Progettare e mantenere rigogliose le proprie piante da orto, sia sul terrazzo che in giardino.



#### Il mondo delle aromatiche

Sabato 31 maggio | ore 9.30

Come coltivare piante aromatiche nel proprio giardino o terrazzo e utilizzarle in cucina.



**Profumi, sapori  
e aromi**

dal 10 al 31 maggio



8

dal 10 al 31 maggio 2014

**HAPPYFLOR**  
è su **FACEBOOK!**

**Metti**   
**alla pagina**

**e rimani aggiornato  
sulle iniziative e le novità  
del mondo Happyflor**



[www.facebook.com/happyflor.garden](http://www.facebook.com/happyflor.garden)

**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](mailto:granterre@granterre.it)

[www.parmareggio.it](http://www.parmareggio.it) • [www.facebook.com/Topolini.Parmareggio](http://www.facebook.com/Topolini.Parmareggio)



**PARMAREGGIO  
IN... FORNA!**



### Quiche con asparagi e salsiccia

**Ingredienti per 4 persone**

n°1 rotolo di pasta brisée  
500 gr di asparagi  
250 gr di salsiccia  
70 gr di **Parmigiano Reggiano Grattugiato Parmareggio**  
N°3 uova  
200 ml di panna  
N°1 rametto di timo  
**Burro Parmareggio**  
Sale e pepe

#### Preparazione

1. Mondate gli asparagi, sciacquateli e tagliateli a rondelle lasciando intere le punte; lessate gli asparagi in acqua bollente e salata per circa 3 minuti. Scolateli al dente e lasciateli raffreddare. Spellate la salsiccia, sgranatela e fatela cuocere in padella senza aggiungere grassi. Spegnete e fate raffreddare.
2. Sbattete le uova con la panna, il **Parmigiano Reggiano Grattugiato Parmareggio** e il timo tritato; regolate di sale e di pepe e tenete da parte. Foderate uno stampo da crostata con la pasta brisée e punzecchiate il fondo con i rebbi di una forchetta.
3. Disponete la salsiccia fredda, gli asparagi e coprite il tutto con il composto di uova e panna. Decorate la superficie con le punte di asparagi e **Burro Parmareggio** a tocchetti, infornate a 180° per circa 35 minuti.  
Trascorso il tempo di cottura, sfornate e lasciate intiepidire prima di servire.