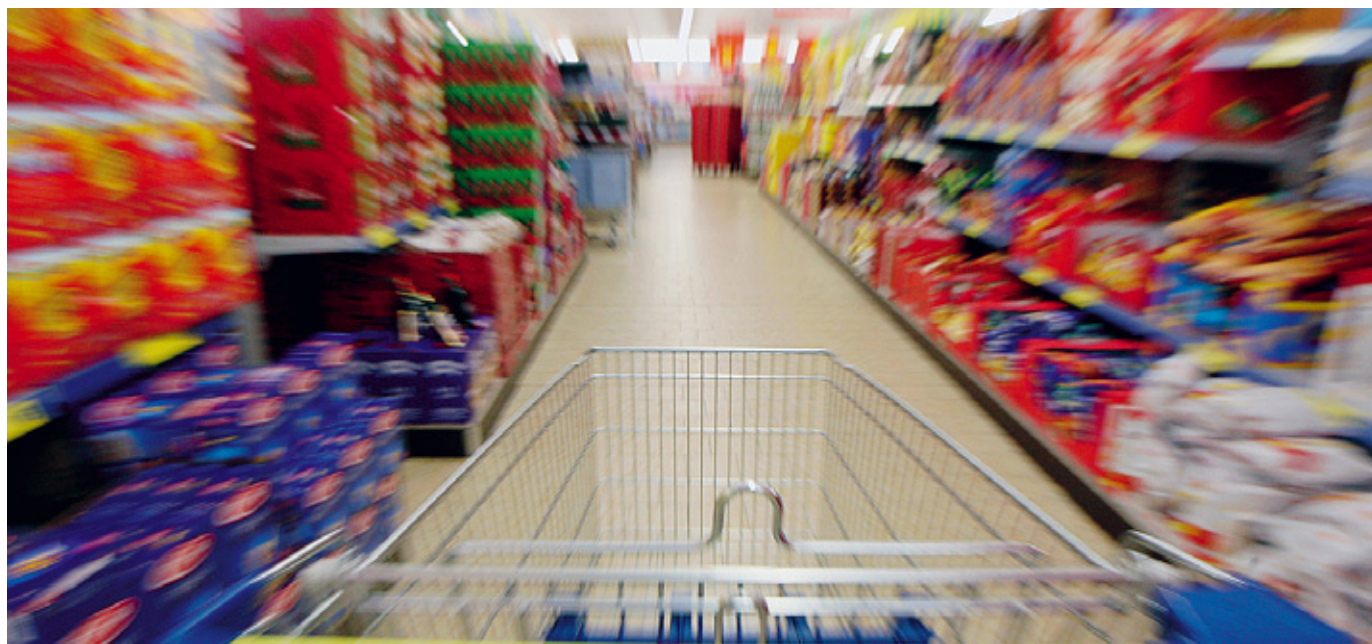


WEBINAR QUARTO APPUNTAMENTO DEL 2012 PROMOSSO DAL BARILLA CENTER FOR F&amp;N



## L'alimentazione anti-crisi? È quella sana e sostenibile

Permette di risparmiare il 10%. Patto di fiducia con il produttore

Lorenzo Centenari

Le scelte a tavola «non sono sempre così consapevoli, si segue un copione, o per convenzione si pranza all'una, ma in tutti i consumatori c'è bisogno di fidarsi del cibo che si mangia». Lo ha detto, in occasione del webinar promosso a Milano da Barilla Center for food and Nutrition (Bcfn), Claude Fischler, direttore della ricerca presso il Cnrs francese (agenzia di ricerca nazionale d'oltralpe) e membro dell'Advisory Board del Bcfn.

Davanti ad una crescente richiesta di sicurezza alimentare, ha osservato l'esperto francese, le «reti di influenza possono supportare l'industria quando produce ed eroga cibo. Industria alimentare a cui, un tempo veniva chiesto di pro-

duire calorie a basso costo, oggi tutti li criticano. Ma non esiste - ha sottolineato - un regime alimentare valido per tutti, perché già nell'Europa occidentale ci sono situazioni molto differenziate. Gli inglesi, ad esempio, non sembrano interessati a conoscere la provenienza del cibo, ma vogliono sapere persino le molecole che costituiscono quell'ingrediente. Convenzioni sociali, vincoli sociali ed economici, tanti sono i fattori che di fatto non ci rendono così liberi nelle scelte alimentari. Inconsciamente, condizionati dunque, ma fermi su un punto: il patto di fiducia col produttore. Da qui - ha concluso Fischler - il bisogno di cibo locale, nato in terreni circostanti e quindi familiare, e la diffidenza per gli alimenti a basso costo, fortificati con proteine. Non ne abbiamo

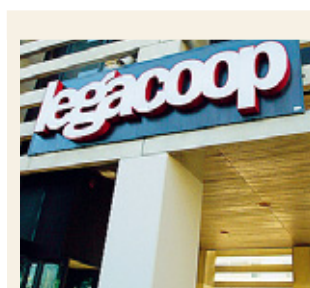
bisogno». E' vero anche che un pasto salubre, sostanzioso e sostenibile, non comporta necessariamente un surplus di spesa: lo certifica l'osservatorio del ministero dello Sviluppo economico e fior di studi. Dalle statistiche emerge addirittura che una dieta sostenibile, che sappia bilanciare carne (2 volte a settimana) e verdure (3 volte) consente di risparmiare almeno il 10% sulla spesa. La chiave risiede proprio in quel vocabolo, «sostenibilità».

Dallo studio milanese scelto per il seminario «on line», le opinioni espresse dagli ospiti del moderatore Alex Thomson (Channel 4 News) prendono le mosse da differenti sfere di competenza per convergere tutte quante in una visione sola: sostenibile è ciò che giova a sé stessi e agli altri. «An-

cora oggi - spiega Adam Drewnowski, direttore del Center for Public Health Nutrition e professore di Epidemiologia all'Università di Washington - il pubblico americano giudica sostenibile il cibo che «sostiene» l'individuo stesso».

Ricorre l'immagine della «Doppia Piramide»: più un alimento richiede un'assunzione frequente, minore sarà l'impronta che lascerà sull'ambiente. «Ma agricoltura e dieta globale - sostiene il principal officer della Divisione alimentazione e protezione dei consumatori della Fao Barbara Burlingame - non rispondono attualmente ai canoni dello sviluppo sostenibile. Packaging, etichettatura e tracciabilità degli alimenti gli strumenti per diffondere il messaggio corretto. Ai governi, si chiedono politiche integrate». ◆

## InBreve



RAPPORTO CENSIS  
Cooperazione:  
l'Emilia-Romagna  
prima in Italia

L'Emilia-Romagna è la prima regione cooperativa d'Italia con un'incidenza del 13,4% sull'economia regionale, un valore doppio della media italiana. Il dato emerge dal primo Rapporto Nazionale sulla cooperazione (curato dal Censis), illustrato ieri a Modena in un convegno organizzato dal sistema camerale regionale. In Emilia-Romagna, sono 5.300 le imprese cooperative pari al 6,7% in Italia. Gli occupati sono circa 228 mila che corrispondono al 16,5% del totale degli occupati delle coop italiane. La media di occupati per cooperativa in regione è di 42,7 rispetto ai 17 a livello nazionale. A livello settoriale, la distribuzione per occupati vede avanti a tutti il comparto sanità e assistenza sociale (15,5%), poi servizi di supporto alle imprese (16,5%), commercio all'ingrosso ed al dettaglio (12,6%), trasporto e magazzinaggio (12,2%), altri servizi (11,6%), attività manifatturiere (10,9%), servizi di ristorazione ed alloggio (9%), costruzioni (6%), agricoltura, silvicoltura e pesca (5,7%). Tra il 2007 ed il 2010 il numero delle cooperative è diminuito del 9%. E' in corso un processo di selezione di fonte alla crisi, a cui il 52,6% delle cooperative reagisce positivamente, in cui emergono comunque innanzitutto alcuni fattori di competitività: il rapporto di fiducia con i clienti/consumatori (63,4%), il radicamento sul territorio (48,5%), la qualità e partecipazione dei lavoratori (28,9%), la qualità del prodotto-servizio (28,6%), l'innovazione (15,8%).

OGGI ALLA CCIAA  
Gestire l'energia:  
focus per le imprese

Oggi pomeriggio alle 15, alla Camera di Commercio si terrà un seminario sui sistemi di gestione dell'energia secondo la nuova norma Uni/CeI En Iso 50001:2011. Adottandola, le imprese possono perseguire il miglioramento delle prestazioni energetiche, ridurre i consumi e quindi i costi dell'energia oltre alle relative emissioni di CO2. Dopo un approfondimento sul tema l'incontro offrirà anche l'occasione per presentare i vantaggi offerti dalla standardizzazione, vero e proprio strumento di sviluppo economico per le imprese. La partecipazione al seminario è gratuita e rivolta a tutti gli interessati.

TAVOLO SINDACATI SUL PIEDE DI GUERRA

## Turismo, a Parma si rompe la trattativa sul contratto

Ascom: contesto di grave difficoltà. Confesercenti auspica la ripresa del dialogo



Dopo quasi due anni di confronto si è rotto il tavolo tra i sindacati di categoria di Cgil, Cisl, Uil e le associazioni territoriali di Confcommercio e Confesercenti. «Prendiamo atto - scrivono Filcams, Fisascat e Uilucs - che a Parma manca la volontà politica di praticare la contrattazione in questo importante settore. Il confronto era stato avviato, così come previsto dall'ultimo contratto nazionale, per dare maggiore diffusione alla contrattazione di secondo livello. Negli ultimi anni il ruolo del turismo nel contesto economico provinciale è cresciuto notevolmente e sarebbe stato opportuno realizzare anche a Parma un accordo che potesse raggiungere obiettivi importanti».

A maggior ragione, prosegue la nota dei sindacati «in un momento di profonda crisi economica in cui diventa fondamentale trovare soluzioni condivise. Riteniamo indispensabile agire sulla qualità dell'occupazione, formazione, professionalità e qualità del servizio. I problemi di appalti e subappalti di servizi, lavoro nero e lavoro a chiamata avrebbero meritato almeno un tentativo serio di discussione». Non solo. «Non siamo riusciti a discutere neanche di produttività - concludono i sindacati - sebbene il contratto nazionale vincoli comunque le aziende all'erogazione di un elemento economico di garanzia. Parma sembra dunque arretrare sia per le retribuzioni sia per i diritti e relazioni sindacali, che rischiano di essere i più bassi di tutta la regione». La replica è arrivata subito. «Dopo mesi di incontri con i sindacati abbiamo purtroppo dovuto

constatare come le richieste avanzate dalla controparte sindacale, che avrebbero comportato un ulteriore aggravio economico per le imprese turistiche del nostro territorio, non potessero in alcun modo essere accettate - spiega Claudio Franchini, direttore area associativa di Ascom Parma - ancor più in un contesto di grave difficoltà. Siamo spiaciuti che nonostante la nostra disponibilità si sia persa l'occasione di raggiungere un accordo più innovativo che avrebbe dovuto tener conto della necessità di incrementare la flessibilità all'interno delle diverse mansioni dei dipendenti e di garantire una maggiore elasticità degli orari di lavoro tali da poter adeguare le esigenze delle aziende alla realtà del mercato attuale. Tutto questo nell'ottica di garantire, per quanto possibile, il mantenimento dell'attuale livello di occupazione».

«La nostra associazione - precisa invece il direttore di Confesercenti Luca Vedrini - non si è sottratta al confronto, anzi riconosciamo l'importanza della contrattazione di secondo livello; tuttavia le difficoltà del settore turistico sono note; siamo in un contesto dove le imprese faticano a garantire l'occupazione e non possiamo certo aggiungere nuovi oneri. Auspichiamo pertanto che questa fase, che consideriamo per tutti di riflessione, possa essere superata positivamente». ◆

GRUPPO IMPRESE ARTIGIANE QUARTO APPUNTAMENTO MARTEDÌ 16

## Gia Networking, pmi a confronto per fare rete

Il quarto appuntamento con «Gia Networking - Fare rete» è in programma martedì prossimo 16 ottobre, alle 18, al Circolo «Il Castellazzo», un progetto del Gruppo Imprese Artigiane per creare occasioni di confronto tra gli imprenditori.

Gia Networking si prefigge di incentivare, nelle pmi, strategie e visioni aziendali sempre più orientate al «fare squadra» che consentano di superare il tradizionale individualismo imprenditoriale, ormai decisamente insufficiente ad affrontare le sfide internazionali. Le reti di imprese, a prescindere dalla formula giuridica adottata, consentono alle pmi di presentarsi sui mercati di riferimento con una maggiore capacità organizzativa e

Seminario il 15

Riforma del lavoro

Il Gia ha organizzato un seminario sulla Riforma del lavoro e sulle modifiche apportate, ulteriormente revisionate dal successivo Decreto sviluppo. L'incontro si terrà a Palazzo Soragna il 15 ottobre, ore 14.30 e avrà come relatore Eufanio Massi, direttore della Direzione territoriale del Lavoro di Modena. Al centro le modifiche legislative che hanno inciso nella quotidiana gestione del personale.

di affrontare più efficacemente la sfida della globalizzazione.

L'incontro prevede tre interventi: Raimondo Casali, della «Value Way Srl», illustrerà quali sono gli strumenti finanziari per affrontare al meglio il mercato globale; Roberto Aliani, titolare di Ilmap Srl, porterà una testimonianza di come sia effettivamente possibile, attraverso la sinergia tra piccole imprese, competere a livello dei mercati mondiali, mentre il direttore dell'Unione Parmense degli Industriali, Cesare Azzali, in veste di amministratore delegato di Parma Alimentare, supportato da Alessandra Poppiano, direttore di Parma Alimentare, illustrerà le concrete opportunità che si aprono in ambito in-

ternazionale alle aziende che decidono di giocare in squadra.

Al termine delle relazioni seguirà una cena di lavoro, dove gli imprenditori, seduti ai tavoli appositamente destinati ai temi della serata, potranno approfondire con i colleghi gli argomenti trattati. L'incontro è aperto anche alle aziende non associate al Gruppo Imprese, interessate ai temi dell'internazionalizzazione e delle reti di imprese.

«Sono convinto che, per poter indirizzare le proprie imprese verso una nuova stagione e verso nuovi mercati, sia necessario da parte degli imprenditori aprirsi al confronto con altri colleghi - sottolinea il presidente del Gia Michele Vittorio Pignacca - Perciò, invece di proporre i tradizionali convegni, abbiamo adottato una nuova formula. Ogni incontro è suddiviso in due parti. Nella prima i temi della serata vengono affrontati da esperti in materia, con brevi relazioni introduttive, al termine delle quali segue una cena di lavoro dove gli imprenditori, possono confrontarsi, scambiare le esperienze e ricercare nuove sinergie». ◆

MARKETING CLUB NUOVE FRONTIERE DIGITALI

## Oggi i consumatori si catturano con i social network

Vittorio Rotolo

Realizzare un prodotto di qualità è complicato, ma imporre all'attenzione delle masse in un mercato altamente concorrenziale lo è forse di più. Ecco perché saper fare marketing, cogliendo prima di tutto abitudini e gusti dei potenziali clienti, consente a un'azienda di essere un passo avanti. Tanto più oggi che la rivoluzione informatica ha cambiato le carte in tavola, aprendo scenari impensabili fino a qualche decennio fa. Per dialogare con i consumatori sempre più imprese italiane stanno così mandando in soffitta i tradizionali metodi di comunicazione diretta, affidandosi ai social network.

Un cambiamento epocale nelle strategie aziendali, di cui si è discusso nell'ambito di un incontro organizzato alla Camera di Commercio di Parma dal Marketing Club. «In questo momento storico le aziende sono chiamate ad adeguare prodotti e servizi ad una domanda sempre più diversificata, che risente di tutta una serie di mutamenti e trasformazioni, sia dal punto di vista sociale che culturale - spiega Riccardo Carelli, presidente del Marketing Club - : penso ad esempio alla recessione in corso che influisce sulle scelte dei consumatori, meno propensi ad affrontare una spesa». E aggiunge: «Credo che il marketing, attraverso nuovi strumenti, possa ancora giocare un ruolo determinante per il futuro delle aziende, obbligate a

farsi largo tra una nutrita schiera di concorrenti ed a conoscere i mercati di riferimento».

Le opportunità di business si misurano quindi anche nella capacità di utilizzo dei social network, da molti considerati ormai strumento ufficiale di comunicazione con le aziende. «Diciamo che in genere siamo abituati ai canali classici: dal venditore che tratta direttamente con il cliente in agenzia all'operatore di call center, entrambi capaci di costruire relazioni che portano ad una transazione economica - fa notare Alessandro Riccomini, amministratore delegato di Aicod, Azienda per l'Informazione e la Comunicazione Digitale - ; all'interno dei social, invece, le regole cambiano radicalmente. In questo ambito, dove ogni utente può presentarsi con uno pseudonimo o con foto non riconoscibili, individuare un consumatore e le sue aspettative diventa difficile. È importante quindi affidarsi a professionisti e strutture competenti».

«La quantità di informazioni generata dalla simbiosi tra creatori, produttori e fruitori, rappresenta ormai la principale materia prima di un'impresa - sottolinea Paolo Zanenga, docente e membro della Commissione Ricerca e Innovazione di Confindustria - : fare marketing richiede l'immersione in community fatte di gruppi e culture con valori e stili di vita diversi. Interagire con milioni di persone, attraverso qualsiasi piattaforma, assume un valore strategico rilevante». ◆

Cisita Parma Informa

Cisita Lab  
HR Community

In occasione del suo 25° compleanno Cisita offre un nuovo servizio ai suoi clienti: Cisita Lab - HR Community, il portale di Cisita Parma Srl dedicato alle Risorse Umane, uno strumento destinato allo sviluppo di una comunicazione diretta ed efficace con le aziende, rivolgendosi a manager, direttori, responsabili, referenti del personale e ai professionisti dell'organizzazione aziendale. Nel sito si potranno condividere notizie, aggiornamenti e informazioni riguardanti il campo «Risorse Umane». Da

sempre Cisita Parma è al fianco delle aziende e da oggi è anche a portata di click! [www.cisitalab.it](http://www.cisitalab.it)

Catalogo Corsi  
2012-2013

Cisita Parma srl annuncia per il mese di ottobre lo svolgimento dei seguenti appuntamenti del nuovo Catalogo Corsi 2012/2013: il terzo incontro di «Amministrazione del personale e gestione della busta paga» (24 ore), venerdì 19 ottobre e a seguire «Recupero Crediti» (8 ore) venerdì 26 ottobre. Per informazioni: Marco Maggiali, [maggiali@cisita.parma.it](mailto:maggiali@cisita.parma.it)

Formazione  
Superiore: IFTS e ITS

La Formazione Superiore è prossima alla partenza con due percorsi finanziati dalla Regione Emilia Romagna e rivolti a giovani e/o adulti diplomati. Fino al 12 ottobre sarà possibile aderire al percorso IFTS che formerà tecnici superiori della commercializzazione dei prodotti agroindustriali. L'ITS, invece, mirato a formare tecnici superiori della trasformazione dei prodotti agroindustriali, chiuderà le iscrizioni il 15 ottobre. Entrambe le attività sono gratuite. Per informazioni: Francesco Bianchi, [bianchi@cisita.parma.it](mailto:bianchi@cisita.parma.it)

Bando della Provincia  
scadenza 19/11/2012

La Provincia di Parma, attraverso l'Avviso 1/2012, mette ancora a disposizione complessivamente 240.000 euro per la realizzazione di progetti formativi aziendali e interaziendali. Le Aziende del territorio hanno la possibilità di farsi assistere dal Cisita Parma per l'analisi delle esigenze formative e la progettazione dei relativi interventi, compilando l'apposito format per la raccolta dei fabbisogni entro e non oltre il 30 ottobre 2012. Per informazioni: Maria Guerra, [guerra@cisita.parma.it](mailto:guerra@cisita.parma.it)

Cisita Parma srl  
via Girolamo Cantelli 5  
43121 Parma  
telefono: 0521 226500  
fax: 0521 226501  
[www.cisita.parma.it](http://www.cisita.parma.it)  
[cisita@cisita.parma.it](mailto:cisita@cisita.parma.it)