



**SPREAD**  
BTP ITALIA / BUND 10 ANNI  
132 punti base

**CHI SALE**

EASYJET salgono i ricavi:  
+14,4% a 1,14 mld di sterline



**CHI SCENDE**

RISICOLTORI UE: va fermato  
l'import dai Paesi meno avanzati



**CRÉDIT AGRICOLE**  
Una grande banca, tutta per te.

**RAPPORTO** I DATI DI ISMEA-QUALIVITA CONFERMANO IL PRIMATO MONDIALE DELL'ITALIA PER DOP E IGP

# Parma si conferma capitale dell'agroalimentare

Netto primato per il valore della produzione: 1,45 miliardi. Segue Modena

Parma si conferma la capitale dell'agroalimentare, con un valore della produzione di 1,45 miliardi di euro (+28%), seguita da Modena con 583 milioni (-6%) e Mantova con 437 milioni (+8%). Nel comparto del vino, invece, spicca Verona con 392 milioni di euro, seguita da Treviso con 324 milioni di euro e Siena con 250 milioni di euro. E' la classifica delle province per impatto economico del sistema delle Dop-Igp, stilata nel rapporto Ismea-Qualivita 2017.

Seguono nell'ordine le province di Reggio nell'Emilia, Brescia e Udine. Caserta è la prima provincia del Mezzogiorno con i suoi 186 milioni di euro. Per quanto riguarda le variazioni di impatto economico rispetto al 2015 sono da segnalare le province di Novara (+296%), Pavia (+119%), Bergamo (+112%), Bologna (+40%) e Salerno (+23%).

Nel comparto Wine una buona posizione spetta anche ad altre province venete, con Vicenza (194 milioni) e Padova (166 milioni), e Belluno e Trento, cui seguono Bolzano (95 milioni) e Asti con (85 milioni). Lecce è la prima

## La classifica delle province

Provincia	Regione	DOP+IGP	IMPATTO (milioni di euro)
1° Parma	Emilia Romagna	12	1.451,5
2° Modena	Emilia Romagna	15	583,4
3° Mantova	Lombardia	12	437,4
4° Reggio nell'Emilia	Emilia Romagna	13	409,3
5° Brescia	Lombardia	18	327,7
6° Udine	Friuli Venezia Giulia	5	308,8
7° Bolzano	Trentino Alto Adige	5	240,2
8° Sondrio	Lombardia	9	233,6
9° Novara	Piemonte	10	198,0
10° Vicenza	Veneto	12	186,9
11° Caserta	Campania	6	185,6
12° Piacenza	Emilia Romagna	10	174,2
13° Salerno	Campania	13	141,0
14° Bergamo	Lombardia	15	122,5
15° Cremona	Lombardia	13	118,8
16° Sassari	Sardegna	6	117,6
17° Trento	Trentino Alto Adige	11	114,5
18° Verona	Veneto	15	91,3
19° Bologna	Emilia Romagna	22	73,1
20° Pavia	Lombardia	12	67,9

SOURCE: rapporto 2017 Ismea - Qualivita

provincia del Sud Italia con 42 milioni di euro di impatto economico del vino sfuso, seguita da Chieti con 36 milioni di euro.

**Il primato italiano di Dop e Igp**  
Si rafforza il primato mondiale

dell'Italia agroalimentare per numero di prodotti Dop e Igp, con 818 Indicazioni Geografiche registrate nel 2017 a livello europeo. Un patrimonio che batte ogni record anche a livello economico, con 14,8 miliardi di va-

## Food di qualità

Emilia Romagna sempre in testa con 43 Dop e Igp

«Nel comparto «Food» spiccano i risultati della regione leader per ritorno economico l'Emilia Romagna (2.751 milioni di euro con il primato di 43 Dop+Igp) e della Lombardia (1.507 mln), seguita da Veneto (384 mln), Campania (366 mln), Trentino Alto Adige (355 mln), Friuli Venezia Giulia (318 mln), Sardegna (289 mln) e Piemonte (268 mln). Anche nel comparto «Wine» alcune regioni si segnalano per un impatto economico (vino sfuso) di grande valore molto spesso legato a denominazioni con affermazione consolidata da anni a livello internazionale. Il Veneto guida grazie al contributo di quasi tutte le sue province (1.276 mln di euro), seguono la Toscana (442 mln), il Piemonte (352 mln), il Friuli Venezia Giulia (215 mln), il Trentino Alto Adige (196 mln), la Sicilia (126 mln), la Lombardia (125 mln) e l'Emilia Romagna (111 mln di euro). Sotto i 100 milioni di euro, ma con un valore significativo anche Puglia (92 mln di euro) e Abruzzo (89 mln di euro). r.e.co.

lore alla produzione e 8,4 miliardi di export (dati 2016).

Queste cifre testimoniano una crescita del 6% su base annua e un aumento dei consumi nella Grande distribuzione del 5,6% per le vendite e dell'1,8% per il vino. Secondo il Rapporto Ismea-Qualivita 2017 a trainare questo sistema sono per il food formaggi, prodotti a base di carne e aceti balsamici, mentre nel vino il Prosecco.

Anche il trend degli ultimi 10 anni mostra una crescita costante del sistema Dop-Igp che rappresenta un peso economico dell'11% nell'industria alimentare e il 22% dell'export agroalimentare. Il settore food con 83.695 operatori (+5% sul 2015), vale 6,6 miliardi di euro alla produzione e 13,6 miliardi al consumo (+3%), l'export continua a crescere (+4,4%) come anche il trend che nella Grande Distribuzione supera il 5,6% per il secondo anno consecutivo. Il comparto vino, oltre 3 miliardi di bottiglie, vale 8,2 miliardi alla produzione (+7,8%) e sfiora i 5 miliardi di valore all'export su un totale di 5,6 miliardi del settore.

Altro tassello del sistema Dop Igp che garantisce qualità e sicurezza è la rete dei 264 Consorzi di tutela riconosciuti dal Mipaaf e gli oltre 10 mila interventi annuali effettuati dagli Organismi di controllo pubblici. ♦ r.e.co.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## InBreve

**ACCORDO COL GIAPPONE**  
**Federalimentare:**  
«Così l'Ue non tutela i formaggi Dop»

«Non ratificare l'accordo Ue-Giappone nell'attuale formulazione a partire dal Parlamento Europeo, vista l'assenza di tutela dei principi fondamentali, a meno che non si riescano ad apportare delle correzioni capaci di difendere i nostri formaggi Dop». A chiederlo è Luigi Scordamaglia, presidente di Federalimentare, a proposito dell'accordo che apre alle imitazioni ingannevoli dei formaggi italiani Dop. Saranno, infatti, tutelati i nomi composti Grana Padano e Pecorino Romano ma chiunque potrà produrre un «grana» o un «pecorino». Peggio ancora il caso del Parmigiano Reggiano per il quale viene liberamente legittimata la registrazione del «Parmesan». «L'industria italiana - precisa il presidente - è sempre favorevole allo strumento degli accordi di libero scambio internazionali quando però favoriscono una globalizzazione basata su regole serie e trasparenti».

## OSSERVATORIO

**Mercato auto usate:**  
Parma è la più cara in regione

«Un mercato vivace che piace sempre più. E' quello delle auto usate in Emilia Romagna. Il dato emerge dall'Osservatorio di Auto-Scout24 (www.auto-scout24.it). I passaggi di proprietà sono infatti cresciuti del +5,8%, raggiungendo i 218.369 atti. Un dato che posizionava la regione al 7° posto in Italia. I passaggi di proprietà aumentano in tutte le province, seppur con valori differenti, e ai primi posti per numerosità troviamo Bologna (44.773 passaggi), Modena (37.036) e Reggio Emilia (30.558), seguite da Parma (22.814), Ravenna (19.237), Forlì-Cesena (18.583), Ferrara (16.570), Piacenza (14.704) e Rimini (14.093). Ma rispetto alla popolazione residente (oltre i 18 anni), la situazione è ben diversa: sul podio troviamo Reggio Emilia con 706,2 passaggi ogni 10.000 abitanti, Modena (643,2) e Piacenza (611,9). Seguono nell'ordine Parma (610,8), Ravenna (586,6), Forlì - Cesena (567,9), Ferrara (553,6), Bologna (530,8) e Rimini (506,1). Per acquistare una vettura, tra le province «più care» troviamo ai primi posti Parma, con un prezzo medio di 15.555 euro, e Rimini con 15.370. Seguono Bologna con 15.140, Piacenza con 13.685, Reggio Emilia con 13.605, Modena con 13.090.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Cisita Informa



SVILUPPO RISORSE PER LAZIENDA  
**CISITA**  
PARMA

Cisita Parma scartì via Girolamo Cantelli 5  
43121 Parma  
telefono: 0521 226500  
fax: 0521 226501  
www.cisita.parma.it

## Letture e interpretazione del disegno tecnico

«Obiettivo del corso che inizierà il prossimo 6 febbraio è quello di mettere in grado il personale tecnico, dotato di una bassa specializzazione, di poter leggere e interpretare un disegno tecnico e conoscere le principali normative Uni-Isu. Per maggiori informazioni: Lucia Tancredi, tancredi@cisita.parma.it»

## La Direttiva 2014/67 Le trasferte in Europa e non

«Durante il corso, che si terrà il 7 febbraio, i partecipanti acquisiranno le competenze per pianificare correttamente una trasferta breve in Ue e le conoscenze inerenti agli adempimenti nel caso di impiego di personale in Paesi Non Ue. Per maggiori informazioni: Lucia Tancredi, tancredi@cisita.parma.it»

## La creatività in azienda: un corso al via l'8 febbraio

«Efficienza e competenza sono oggi fattori indispensabili, ma non sufficienti. Spesso la capacità di diagnosi e di ricerca delle soluzioni non bastano ad affrontare e risolvere le situazioni. Per le organizzazioni diviene necessario acquisire un terzo elemento: la creatività. Dall'ambiente, sia interno sia esterno alle organizzazioni, si affacciano continuamente nuove richieste, alle quali risulta indispensabile rispondere con nuovi approcci, alternative, concetti inediti, che nascono dall'acquisizione di una forma mentis rivolta alla corretta applicazione del pensiero creativo. Per le organizzazioni la creatività non è più un optional, ma una necessità. Può essere rivolta all'interno delle organizzazioni, per migliorare la gestione in termini di efficacia, di ricerca di nuovi e validi processi. Nello stesso modo, può essere diretta all'esterno, per realizzare nuove strategie, per offrire nuovi e differenti valori, servizi innovativi. Questi temi saranno approfonditi durante il corso in partenza giovedì 8 febbraio. Per maggiori informazioni: Lucia Tancredi, tancredi@cisita.parma.it»

**IMPRESA** TRASPARENZA COME VALORE AGGIUNTO: UN FOCUS ALL'UPI

## Il peso della comunicazione ambientale

Le testimonianze di Barilla e Sidel sulla condivisione della sostenibilità

Vittorio Rotolo

«Dal punto di vista delle aziende, insistere su una comunicazione ambientale efficace e basata su informazioni corrette e concrete, diventa un valore aggiunto.

Il motivo? Ce n'è più di uno, in realtà. Significa, prima di tutto, dotarsi di uno strumento utile per migliorare le prestazioni ambientali della propria attività, alimentando il livello di consapevolezza rispetto a questi temi (particolarmente sentiti, oggi ndr) e il dialogo con clienti e fornitori, consumatori e comu-



Palazzo Soragna i relatori dell'incontro.

unità. La comunicazione ambientale, alla luce anche della norma internazionale Iso 14063 che si pone come una vera e propria guida in termini di principi e strategie da adottare, è stata al centro di un momento di approfondimento promosso, a Palazzo

Soragna, dall'Unione Parmense degli Industriali.

«La norma Iso 14063, attualmente in corso di revisione e che si sta cercando di adattare alle nuove sfide ambientali, è applicabile a tutte le organizzazioni, siano esse aziende, enti o isti-

tuzioni, a prescindere dalla loro dimensione, dai prodotti e servizi offerti» ha spiegato Claudio Battilana, consulente ambientale e membro del gruppo di lavoro internazionale per la revisione della norma, il cui intervento è stato preceduto dai saluti di Stefano Girasole, responsabile Servizio Area Economia dell'Upi.

«I principi della comunicazione ambientale - ha quindi aggiunto Battilana - sono legati alla trasparenza delle informazioni e delle procedure impiegate, ad un linguaggio appropriato, alla capacità di rispondere alle parti interessate con tempestività e completezza. È un processo di condivisione, che agisce su più livelli: dal marketing alla pianificazione territoriale, dalla veicolazione degli impegni ambientali da parte delle imprese alle informazioni trasmesse alle

comunità». Nel nostro territorio, Barilla e Sidel portano avanti significative esperienze di comunicazione ambientale.

«Buono per te, Buono per il pianeta è una strategia di business sostenibile che permea tutti i nostri processi aziendali» hanno puntualizzato Laura Marchelli e Valentina Perissinotto, rispettivamente Hse manager e sustainability professional del Gruppo Barilla.

«Con uno dei nostri brand di maggiore successo, Mulino Bianco, nella logica della massima trasparenza, abbiamo insistito in particolare sui temi dell'energia rinnovabile e del packaging riciclabile».

«Ai nostri clienti - ha osservato Simone Pisani, marketing director di Sidel - siamo in grado di comunicare quanto è possibile risparmiare, a livello energetico, nonché di rifiuti e scarti, utilizzando le tecnologie e le linee da noi progettate. Da questa chiarezza, non si può prescindere».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**LABORATORIO** E' RIVOLTO AGLI STUDENTI DI ECONOMIA

## I-Coop, al via all'Università di Parma un seminario sulla cooperazione

Dalla consolidata collaborazione tra Università degli Studi di Parma e Legacoop Emilia Ovest nasce il seminario I-Coop, un percorso formativo su una forma di impresa molto diffusa nel nostro territorio: la cooperativa.

In questa prima edizione il laboratorio è rivolto agli studenti del Corso di laurea triennale in Economia e management e di Laurea magistrale in Amministrazione e direzione aziendale.

L'iniziativa si propone di trasmettere ai giovani i valori di solidarietà, mutualità, imprenditorialità e impegno civile attraverso la conoscenza dell'esperienza cooperativa, grazie alla quale le capacità personali vengono investite in una struttura societaria, in cui i soci sono i veri protagonisti.

La prima fase, che inizia con la lezione del 13 febbraio, prevede momenti formativi dedicati alle peculiarità del modello coopera-

tivo: 6 incontri, in cui verranno approfondite, attraverso lezioni e testimonianze aziendali, specificità normative, governance, tipologie cooperative, responsabilità sociale d'impresa.

Seguirà un workshop di 4 ore in cui gli studenti divisi in gruppi di lavoro imposteranno un'attività di ricerca e simulazione che svilupperanno in autonomia come obiettivo del progetto, che andrà consegnato entro il 13 aprile. Il

miglior lavoro potrà beneficiare della consulenza di accompagnamento alla reale costituzione di un'impresa cooperativa.

Per l'Università i referenti sono il direttore di dipartimento Luca Di Nella e Luca Fornaciari (Economia aziendale), per Legacoop Vanessa Sirocchi (area start-up e promozione).

Il direttore Di Nella e il presidente Legacoop Andrea Volta esprimono grande soddisfazione per questo progetto, che esplicita la volontà condivisa di offrire nuove occasioni di conoscenza e di possibile sviluppo lavorativo, valorizzando le competenze e lo spirito auto imprenditoriale e di squadra, proprio della cooperazione. ♦ r.e.co.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**MASTER** MARKETING MANAGEMENT

## Domani al Campus la lectio di Pasetti

Domani alle 15, nell'Auditorium del Centro Sant'Elisabetta dell'Università di Parma (Campus), si terrà la cerimonia di consegna dei diplomi della diciassettesima edizione del Master in marketing management, organizzato dall'Università di Parma con la Business School de Il Sole 24 Ore, iniziativa riconosciuta e accreditata dalle maggiori imprese nazionali e multinazionali operanti in Italia.

Dopo i saluti di benvenuto di Sara Rainieri, prof. rettore con delega per la didattica dell'Università, di Guido Cristini, direttore scientifico del Master in marketing management, e di Ivo Ferrario, direttore delle relazioni esterne di Centromarca, è in programma la lectio magistralis di Marco Pasetti, presidente di Farmaceutica Dottor Ciccarelli (https://ciccarelli.it). Al termine della lectio la pro-

fessoressa Rainieri conferirà al dottor Pasetti il sigillo dell'Ateneo, a riconoscimento dei particolari meriti professionali dimostrati sul campo.

Gli studenti che riceveranno il diploma hanno seguito un percorso articolato su 12 mesi full time divisi in sei mesi di formazione specifica in aula (grazie a docenti accademici e docenti aziendali) e sei mesi di stage in aziende a rilievo multinazionale e nazionale partner del master. Nel corso della cerimonia saranno riconosciuti premi all'eccellenza per le seguenti categorie: miglior modulo, miglior docente accademico, miglior docente aziendale, miglior business game, miglior studente. ♦ r.e.co.

© RIPRODUZIONE RISERVATA