

Rapporto Cnel Emilia-Romagna molto attrattiva per i giovani

» L'Emilia-Romagna si conferma punto di riferimento in Italia nelle politiche per l'attrazione e la valorizzazione delle giovani competenze. Nel Rapporto del Cnel «Giovani expat: Come farli tornare», l'esperienza della Regione e il programma operativo it-ER (International Talents Emilia-Romagna) avviato

da Art-Er dal 2019, vengono citati come un esempio d'eccellenza di politica territoriale per contrastare la fuga dei cervelli e attrarre risorse ad alta specializzazione. La decisione discende da una lettura attenta delle dinamiche territoriali: a fronte di un saldo demografico naturale strutturalmente nega-

tivo e di un progressivo invecchiamento della popolazione e della crescente richiesta di personale qualificato per sostenere gli investimenti tecnologici e produttivi del territorio, la regione beneficia di un saldo migratorio positivo, sostenuto soprattutto dall'apporto di giovani provenienti da altre regioni.

Montechiarugolo Imprenditori a confronto all'assemblea del Gia Il «segreto» per competere? Flessibilità e affidabilità

» L'assemblea annuale di Gruppo imprese artigiane ha mostrato attraverso esperienze raccontate in prima persona come per le piccole e medie imprese «essere competitive oggi sia la vera sfida». L'assemblea annuale è per il neopresidente Oreste Bergamaschi «una restituzione al territorio» di quella capacità di creare connessioni, che ha consentito all'associazione di raggiungere 69 anni di attività.

L'evento (sostenuto anche da Cisit e Allianz) è stato ospitato al castello di Montechiarugolo, alla presenza di diverse istituzioni che dimostrano la vicinanza al mondo delle imprese, come ha sottolineato il sindaco Daniele Friggeri, dove la capacità di fare, identitaria del territorio, è una sfida al ricambio generazionale, alla ricerca di manodopera e alla burocrazia, ma una sfida sinergica.

Ha moderato gli interventi della tavola rotonda il past president dell'associazione Giuseppe Iotti. Per trovare spazio è necessario differenziarsi, ha indicato Antonella Bocchi (Intergrana). Come? Attraverso «flessibilità, qualità e una struttura organizzativa snella ed efficiente», ha sottolineato Laura Gallina (Foodmania). Competenza, flessibilità e affidabilità sono la strategia vincente per Franco Miglioli (Tecninox): la sua azienda «non vende macchine ma impianti di processo in base alle richieste del cliente».

Pietro Robuschi, quarta generazione di Salvatore Robuschi e c., ha spiegato come la consulenza della forza vendita sia il valore aggiunto. Iotti ha catturato anche le sensazioni sull'IA e sul personale: tutti concordano sulla necessità di trattenere il personale, attraverso «trasparenza, serietà e umiltà» per Gallina, attraverso welfare ma soprattutto un rapporto personale e diretto per Robuschi e nel cercare di non far perdere l'entusiasmo alle giovani leve per Bocchi.

La sostenibilità a cui Gia crede molto, come dimostra la scelta del report, per tutti gli intervenuti è affidata anche a piccole azioni quotidiane, volte a creare un senso di responsabilità collettiva.

Antonella Colombi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dibattito

In alto, da sinistra Franco Miglioli, Antonella Bocchi, Giuseppe Iotti, Oreste Bergamaschi, Laura Gallina, Pietro Robuschi, Pierluigi Marchini e Dalila Baldini. A fianco, una parte del pubblico dell'incontro al castello di Montechiarugolo. Fra gli altri erano presenti anche il direttore dell'Upi Cesare Azzali e il rettore dell'Università Paolo Martelli.



Analisi La presentazione di Marchini Report di sostenibilità, il debutto del Gia

» Il Gia ha il suo primo Report di sostenibilità. Relativo al 2025, il documento è stato realizzato dall'Università di Parma e da Esg impact. È stato illustrato dal professor Pierluigi Marchini e da Dalila Baldini. Un percorso innovativo, fatto di responsabilità, creazione di valore e rafforzamento della credibilità. La trasparenza e la rendicontazione, il coinvolgimento e il percorso condiviso con la governance mirano a creare il valore strategico per rafforzare la reputazione e generare valore per il territorio.

Il report è strutturato in tre parti: profilo organizzativo, dialogo e priorità condivise e impegno per la sostenibilità. Nella rendicontazione della sostenibilità gioca un ruolo centrale l'analisi di materialità, che sposta l'attenzione verso l'esterno, valutando come il Gia generi effetti positivi sul territorio in cui opera. Un'analisi in due fasi, dall'analisi del contesto dell'associazione e di benchmarking si arriva al coinvolgimento diretto di tre esponenti interni del Gia per capirne significatività e impatto, così da

arrivare a nucleare 8 tematiche: impatto e valore sociale, salute e sicurezza sul luogo del lavoro, vita associativa e promozione della cultura d'impresa, formazione competenza e affidabilità dei servizi offerti, reputazione e rappresentanza, capillarità sul territorio e progetti condivisi, protezione dei dati e privacy, innovazione e digitalizzazione.

Il Gia ha contribuito alla gestione responsabile e sostenibile delle risorse impiegate, concentrandosi su efficienza energetica, riduzione dei consumi e loro tracciabilità e tracciando spunti di miglioramento. Il 100% del personale Gia è assunto a tempo indeterminato, con una formazione su sicurezza e sull'AI di oltre 35 ore di formazione. Il valore sociale distribuito è pari a 2.46 per le visite guidate, senza contare le iniziative sostenibili a supporto della comunità come il Tecnopolo Unipr e il rapporto tra scuola e lavoro grazie a Automation Farm e Food Farm 4.0.

A.C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

A Collegno (Torino) Museo e produzione: Leone 1857 apre la Fabbrica della Felicità Cerimonia con Barilla e Petronio



7mila mq: tutte le foto
Inquadra il QR code per vedere tutte le foto della giornata inaugurale. Nella foto a fianco, Luca Barilla e Michela Petronio, che hanno partecipato con i figli Sara e Pietro, e con le istituzioni locali. Cristina Chiabotto ha moderato l'evento.



» Dai profumi del cioccolato alle iconiche pastiglie: a Collegno Leone 1857 apre le porte del suo mondo con la nuova Fabbrica della Felicità, uno spazio di 7mila metri quadrati dove quasi 170 anni di storia diventano un'esperienza da vivere e condividere. Inaugurata alla presenza delle istituzioni e della famiglia Barilla, la nuova struttura unisce museo, produzione, innovazione e cultura d'impresa, trasformando la fabbrica in un luogo aperto al pubblico e al territorio.

La nuova struttura si propone di entrare nel circuito culturale e turistico di Torino e del Piemonte, unendo produzione industriale, storia d'impresa e intrattenimento. Progettata dallo studio milanese Piuarch, la Fabbrica presenta un grande atrio dominato dalla storica latta gialla Leone in formato monumentale. Al piano d'ingresso si trovano anche la caffetteria e il flagship store, ospitato all'interno di una grande serra, accessibili senza biglietto. Il percorso museale si sviluppa invece su due piani e segue una struttura ad anello, alternando installazioni immersive, contenuti interattivi e affacci sulle linee produttive. Il viaggio conduce alla scoperta degli ingredienti, delle lavorazioni e dei prodotti Leone.

Tra gli elementi centrali della visita c'è il Teatro, dal quale è possibile osservare le storiche linee produttive delle pastiglie e del cioccolato, dove convivono macchinari d'epoca e tecnologie contemporanee. La visita si conclude con una degustazione dei prodotti. La Fabbrica propone inoltre visite guidate e libere, laboratori tematici, percorsi premium con accesso alle aree produttive e attività dedicate a scuole, gruppi e operatori turistici. Sono disponibili anche spazi per eventi aziendali, conferenze, team building e iniziative private. Grande attenzione è stata dedicata alla sostenibilità e al benessere delle persone.

«Abbiamo voluto aprire le porte di Leone e trasformare quasi 170 anni di storia in un'esperienza», hanno commentato Michela Petronio e Luca Barilla. Gli imprenditori hanno sottolineato il legame del progetto con il territorio e la volontà di tramandare il patrimonio dell'azienda.

Igp I due Consorzi partecipano al Salone del Gusto di Torino Coppa e salame, cresce il preaffettato

24,2%

Coppa

Nei primi 7 mesi la Coppa arriva a 341mila kg (+24,2%).

» La Coppa di Parma e il Salame Felino archiviano i primi sette mesi dell'anno con cifre positive, che confermano la corsa del preaffettato. Le due Igp insieme hanno superato i 658mila chilogrammi di vaschette, contro i 597mila dello stesso periodo del 2025, per oltre 61mila chili in più (+10,2%).

Un anno di crescita

Continua a correre la Coppa di Parma, arrivata a 341mila chilogrammi con

una crescita del 24,2% sull'anno precedente, pari a oltre 66mila chili in più, mentre il prodotto certificato sale a 1,1 milioni di chilogrammi (+3%).

Tiene i valori dell'anno record il Salame Felino, che conferma i volumi delle vaschette a quota 317mila chili, con un ottimo mese di luglio (+6,7% sul 2025).

Promozione a Torino

Sul fronte della promozione, i Consorzi di coppa e sa-

lame saranno fra i protagonisti di Terra Madre Salone del Gusto, in programma a Torino da oggi a domenica. I due Consorzi di Tutela parteciperanno all'interno dello stand della Regione Emilia-Romagna, in piazza Vittorio Veneto (aperto ogni giorno dalle 11 alle 20,30) insieme a Slow Food, Unioncamere Emilia-Romagna, Casa Artusi e Apt Servizi.

L'appuntamento, giunto alla sedicesima edizione, quest'anno assume un si-

+6,7%

Salame

Anno record per il Salame Felino: 317mila chili in vaschetta.

gnificato particolare perché è la prima manifestazione senza il fondatore Carlo Petrini, scomparso nei mesi scorsi. Cambia anche la formula: dopo l'edizione 2024 al Parco Dora, che aveva richiamato oltre 300mila visitatori e 700 espositori, il Salone si sposta nel centro storico della città, con più di 600 espositori e circa mille eventi in quattro giorni.

Il commento di Aschieri

Fabrizio Aschieri, presidente del Consorzio di tutela della Coppa di Parma Igp e vicepresidente del Salame Felino Igp, commenta: «Il Salone del Gusto è un palco-

scenico diverso da quello delle fiere di settore: qui incontriamo direttamente il consumatore finale, in una piazza dove le nostre due Igp hanno ancora un grande margine di crescita. E i numeri ci dicono che la direzione è quella giusta: il preaffettato continua a crescere perché risponde a un modo di consumare più rapido ma non meno esigente. Una masterclass come quella di venerdì serve proprio a questo, a far capire che dietro una vaschetta ci sono un territorio, una filiera e un disciplinare».

r.eco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA