

Parmareggio in forma



Bimestrale di informazione del Gruppo Granterre

N° 32



Pag. 3

Rintracciabilità, Sicurezza e Qualità: ecco i prodotti a firma Parmareggio



Pag. 4

L'ABC della merenda

Novità sui nostri siti web

Pag. 5



Pag. 8

Benvenuta primavera!

Parmareggio: L'ABC del successo!

di Giuliano Carletti, A.D. Granterre-Parmareggio

Nel corso del 2015 lo scenario economico mondiale è stato dominato dalle quattro grandi tendenze evidenziate a partire già dalla fine del 2014: lenta crescita globale, prezzo del petrolio ridotto, tassi ai minimi storici e cambio dell'euro debole.

In Italia, come previsto, il 2015 è stato l'anno di svolta del ciclo. Dopo una recessione durata tre anni e mezzo, l'attività economica è tornata a crescere a partire dal primo trimestre dell'anno, sulla spinta delle tendenze mondiali. Tuttavia la ripresa ha perso "slancio" nel corso del 2015 e, a

partire dall'estate, si è verificato un significativo ripiegamento del commercio estero, che l'accelerazione dei consumi delle famiglie è stata in grado di compensare solo in parte. Il 2015 si è chiuso con un dato sostanzialmente stabile per le vendite nella Grande Distribuzione Organizzata (a parità di negozi) (fonte Nielsen), ma il bilancio dei dodici mesi traccia però il quadro di un settore ancora in difficoltà, soprattutto per come si è arrivati a questo risultato: dopo una parte centrale dell'anno abbastanza promettente, l'ultimo trimestre ha mostrato un'inattesa debolezza. Adesso le speranze di ripresa sono tutte riposte nel 2016. Anche nel 2015 il **mercato italiano dei formaggi grana** nella Distribuzione Moderna ha perso volumi (-2,3%), trascinato, come l'anno scorso, da una performance particolarmente negativa del Grana Padano (-6,9%). I consumi di Parmigiano Reggiano sono invece tornati a crescere (+2,2%) grazie, in particolare, alle vendite di forme intere (+3,6%) e dei grattugiati (+7,9%). **L'export** di Grana Padano e Parmigiano Reggiano in forme intere ha chiuso l'anno ancora una volta con volumi in deciso aumento (+7,3%), così come le esportazioni di prodotti grattugiati (+20,8%). Sono state sostanzialmente stabili le **produzioni** delle due principali DOP, con il Parmigiano Reggiano a 3,3 milioni di forme e il Grana Padano a 4,8 milioni di forme.

segue a pag. 2

Assemblea dei caseifici soci

di Ivano Chezzi, Presidente Granterre-Parmareggio

L'appuntamento di inizio anno con i caseifici soci di Granterre è diventato un atteso momento di discussione su quanto si sta facendo ma soprattutto sul nostro futuro, come dimostra la numerosa presenza di oltre **90 produttori ed amministratori dei caseifici**. **L'incontro si è svolto il 5/2/2016 presso l'Una Hotel di Baggiovara**. L'ordine del giorno recitava:

1. Presentazione del Piano Industriale 2016-2018
2. Analisi quantità e qualità del conferimento

L'assemblea ha ripreso le tematiche emerse un anno fa che, partendo dai nostri "valori" e dalla visione dei soci del Gruppo, aveva ridefinito le aspettative e le ambizioni future. **È stato quindi illustrato l'attuale contesto di mercato e l'ambizioso piano strategico 2016-2018**, risultato di un anno di lavoro che ha coinvolto amministratori, management e consulenti. Nella seconda parte, si è fatto il punto sul **conferimento di formaggio**, sottolineando **l'importanza strategica ed economica dell'apporto sociale**. Dal 2012 al 2015 sono notevolmente in crescita le **forme lavorate in Parmareggio**: da 384.775 a 504.908 **(+120.133)** con un obiettivo di piano al 2018 pari a 562.663 **(+57.755)** Il solo **Parmigiano Reggiano di 1° categoria** dal 2012 al 2015 è **cresciuto da 317.608 a 425.085 (+107.477)** con un obiettivo di piano al 2018 pari a 480.835 **(+55.750)** Il conferimento dei soci è cresciuto dal 2014 al 2015 **da 198.391 a 253.412 (+55.031)** con una previsione di piano al 2018 di circa 300.000 forme **(+45.000)**. Di conseguenza si riduce fortemente l'utilizzo di prodotto acquistato sia stagionato che fresco. Preso atto con soddisfazione della crescita sociale che ha aumentato il conferimento sia per la crescita dei caseifici "storici" sia per l'ingresso di nuovi soci, è facilmente comprensibile quanto sia indispensabile che il prodotto dei soci sia, in quantità e qualità, in sintonia con il progetto strategico del Gruppo. **La valorizzazione del conferimento potrà**

avvenire solo con la capacità di **commercializzare alta qualità**, con una **politica di marca sia in Italia che all'estero**, prevedendo uno standard qualitativo di eccellenza. Per questi motivi è stato avviato nel corso del 2015 un **progetto assistenza tecnica ed analitica ai soci** che prevede l'individuazione dei punti critici, la messa a punto degli interventi di miglioramento e la verifica costante dei risultati, al fine di **ottenere un formaggio con caratteristiche strutturali ed organolettiche in linea con le esigenze commerciali e del consumatore**. 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.



Sul lato dei **prezzi**, le quotazioni camerale di Parma hanno evidenziato un calo medio rispetto al 2014 del 7,5% del Parmigiano Reggiano di 12 mesi e dell'8,1% di quello a 24 mesi. Negli ultimi due mesi dell'anno si è registrata una inversione di tendenza nelle quotazioni, che fa ben sperare per il futuro, visto che i livelli raggiunti erano assolutamente insoddisfacenti per i nostri soci e per tutti i produttori, essendo esse largamente inferiori ai costi medi di produzione di un prodotto così qualificato. In linea con quanto avvenuto nel mercato mondiale del latte, le quotazioni del burro zangolato hanno invece fatto registrare per il secondo anno consecutivo una diminuzione media addirittura superiore al 20%! Gli scenari di mercato descritti si sono tradotti anche nel 2015 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. Per contrastare questi andamenti 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 i **volumi del marchio Parmareggio in forte crescita: +10,1% nei formaggi confezionati e +10,9% nel burro**. Complessivamente le vendite di formaggio sono salite del 10,1%, mentre nel burro del 18,1%. Come sempre tutta la gamma Parmareggio ha evidenziato grandi risultati a volume: in particolare i Grattugiati, il Burro (entrambi sostenuti dalla comunicazione televisiva), il "Parmareggio Snack" e il "Parmareggio 30 Mesì". Ma il prodotto che più ha caratterizzato il 2015 è stato sicuramente **"L'ABC della merenda"**. Le vendite della prima parte dell'anno si erano attestate intorno alle 400 mila confezioni al mese. A partire dal mese di novembre, con la messa in onda della nuova campagna televisiva, le stesse confezioni venivano vendute in una sola settimana! Complessivamente lo scorso anno sono state vendute oltre 10 milioni di confezioni, di cui 4 nell'ultimo trimestre. Un altro 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. Ha sicuramente contribuito a questi risultati anche la nuova raccolta punti "Tesorì del Gusto" interamente digitale e realizzata insieme a Grandi Salumifici Italiani, unita anche ad un concorso *instant win* a cui hanno partecipato oltre 500 mila persone. Parmareggio si è confermata la marca leader di mercato nei pezzi e bocconcini, nei grattugiati, nel burro, mentre è al terzo posto nelle fettine, nei formaggi e nel mercato delle merende refrigerate grazie a "L'ABC della merenda". **Il fatturato complessivo del Gruppo Granterre-Parmareggio si è attestato nel 2015 a circa 300 milioni di euro**, con un incremento di 16,8 milioni di euro, nonostante il calo registrato nei prezzi medi di vendita del formaggio e del burro. 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 130 milioni di fatturato, con un incremento di circa 9 milioni di euro (+7,1%) a valore e di ben il 10,3% a volume**, grazie in particolare alla grande crescita registrata nel burro, nei grattugiati e da L'ABC della merenda".

Il fatturato complessivo di tutti i prodotti venduti con i nostri marchi (Parmareggio, Parmissimo, Unigrana, ecc.) supera i 154 milioni di euro, rappresentando quindi oltre il 50% del fatturato totale. Per quanto riguarda l'**export**, realizzato in oltre 50 paesi, gli andamenti sono analoghi e coerenti con quelli complessivi appena illustrati. **Il fatturato supera i 43 milioni di euro**, con una incidenza sul totale del formaggio venduto del 19%. I **volumi** sono aumentati del **4,9%**. Le vendite a marchio **Parmareggio** sono cresciute di circa un milione di euro (+2,9%) e dell'8,9% a volume, superando i **23 milioni di euro** di fatturato, rappresentando quindi circa il **53% delle vendite effettuate all'estero**.

L'organico medio dell'anno è stato di 295 dipendenti, in leggero aumento rispetto all'anno precedente. Negli ultimi 5 anni abbiamo assunto direttamente a tempo indeterminato 18 persone, mentre 40 sono state le trasformazioni da tempo determinato a tempo indeterminato, a fronte di uscite di 28 dipendenti, con un saldo positivo quindi di 30 unità, pari a circa il 10% dell'organico complessivo. Gli andamenti di mercato in precedenza descritti, che hanno determinato una riduzione delle nostre marginalità medie, sono stati perciò fronteggiati dal significativo aumento dei volumi e del mix del venduto, in particolare dei prodotti a marchio Parmareggio, 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 2015 si è tradotto in un **utile netto di 7,5 milioni di euro**, circa 300 mila euro in più rispetto all'anno precedente. E' il settimo anno consecutivo di continua crescita dell'utile netto, consolidando l'obiettivo del progetto Parmareggio di garantire ai soci risultati solidi e crescenti nel tempo, indipendentemente dalle quotazioni di mercato del Parmigiano Reggiano. I risultati ottenuti e la continua capitalizzazione effettuata dai soci ha ulteriormente rafforzato per quasi 3 milioni di euro il **patrimonio netto** del Gruppo, salito a quasi 92 milioni di euro, mentre l'**indebitamento netto**, grazie ai positivi andamenti economici, è sceso a 99 milioni di euro (-7 milioni di euro). Questa solidità e questi risultati hanno favorito anche la **crescita dei nostri soci**. Le forme conferite hanno superato le 250 mila, con una **crescita di 55 mila forme (+28%)** di cui 34 mila forme dai soci storici e 21 mila forme dai soci speciali entrati nel 2014. E' previsto per l'anno in corso un ulteriore aumento di circa 27 mila forme. I risultati positivi dell'anno appena concluso ci permetteranno di proporre alla prossima Assemblea dei Soci un **incremento del ristorno sui conferimenti** che possa essere un ulteriore supporto ai nostri soci per superare il difficile momento che stanno attraversando. Con il 2015 termina anche il Piano triennale approvato dal Consiglio di Amministrazione a fine 2012. Gli obiettivi che ci ponemmo allora sono stati in gran parte raggiunti e, in alcuni casi, anche superati, così come avvenne per il Piano triennale precedente. I sette anni di continua crescita dell'utile netto sono solo uno dei tanti risultati lusinghieri raggiunti: il fatturato dei formaggi confezionati è passato da 123 a 190 milioni di euro, quello del burro da 21 a 39 milioni di euro, ma, soprattutto, quello dei prodotti a marchio Parmareggio da 58 a 130 milioni di euro, passando dal 28% al quasi il 50% delle vendite caratteristiche del nostro Gruppo! I volumi dei prodotti Parmareggio sono cresciuti in media di oltre il 15% medio, ogni anno, per sei anni consecutivamente, e tanti altri sarebbero sicuramente i risultati da ricordare.



Parmareggio: l'ABC del successo!

non solo quindi per questo positivo 2015, ma per tutto il progetto che si è via via concretizzato e sempre di più rafforzato, anno dopo anno, cogliendo risultati formidabili. Un altro passo avanti quindi in un percorso di continuo miglioramento e di ricerca incessante di nuove opportunità e nuovi traguardi, con la responsabilità, la determinazione, la passione e la coesione che ci contraddistinguono. Un sincero e sentito ringraziamento a tutti coloro che hanno contribuito a questi risultati: dai soci ai lavoratori direttamente e indirettamente coinvolti nelle attività del nostro Gruppo. Devono unirli la

consapevolezza e l'orgoglio per quello che siamo stati capaci di realizzare tutti insieme, pronti ad affrontare con lo stesso spirito e la stessa determinazione le prossime sfide che ci aspettano.



ASSEMBLEA
ORDINARIA
DEI SOCI

27 MAGGIO ore 9.00

Assemblea Ordinaria dei Soci
presso **UNA HOTEL Modena**

Rintracciabilità, Sicurezza e Qualità: 2 milioni di controlli a Parmareggio!

Quasi 2 milioni di controlli ogni anno per assicurare al consumatore la salubrità dei prodotti Parmareggio. Una mole di lavoro imponente, quotidiana e continua nel rispetto di uno dei valori fondanti della mission dell'azienda.

“L'area Qualità – conferma la responsabile **Marzia Ravanelli** – ha come primo obiettivo la **Qualità e la Sicurezza alimentare** dei prodotti lavorati in azienda e commercializzati. Siamo in otto ed operiamo sui tre stabilimenti, presidiando i processi produttivi dalla fase di accettazione del prodotto fino alla consegna al cliente.”

Controlli, certificazioni, analisi e rispetto delle normative. Quattro macro aree per fare un'istantanea di questa area aziendale?

“Il nostro ufficio – conferma Marzia – deve assicurare l'implementazione, il controllo e miglioramento delle procedure di gestione ed assicurare il rispetto di tutti gli aspetti relativi alla Qualità e Sicurezza alimentare. Come azienda possiamo fregiarci di avere un sistema

certificato secondo gli **standard BRC, IFS, ISO 22000 e Biologico**. Non ci limitiamo però al solo mantenimento del sistema di certificazioni: attraverso il laboratorio interno, e con l'ausilio di strutture esterne accreditate, **assicuriamo la rintracciabilità, la sicurezza alimentare e la qualità** di tutti i prodotti lungo tutto il processo produttivo attraverso la pianificazione, la gestione e il monitoraggio dei controlli analitici e degli ambienti di lavoro (tamponi su superfici, aria, pest control, mani, divisa di lavoro).

La qualità in Parmareggio si è evoluta nel tempo, trasformandosi da funzione di garanzia e controllo, in una fortemente integrata ai processi aziendali.

“Con la crescita dell'azienda, sia nel

mercato domestico che in quello internazionale - ci dice Ravanelli – **l'attività di interfaccia con i clienti ed i fornitori è diventata sempre più importante**. In acquisto ci occupiamo della redazione dei capitolati, con l'indicazione delle clausole tecniche e specifiche di fornitura per le materie prime, i semilavorati ed i prodotti finiti. In vendita invece, collaboriamo con gli altri uffici aziendali per definire le specifiche tecniche nei capitolati di fornitura ai clienti, la documentazione di qualità e sicurezza alimentare a supporto delle spedizioni e la gestione delle autorizzazioni per l'esportazione nei paesi esteri. Un'altra attività importante, che caratterizza l'ufficio, riguarda gli audit che conduciamo presso i nostri soci e fornitori o che riceviamo dai nostri clienti. Stessa attenzione la rivoliamo a noi

stessi, con gli audit interni, di verifica del rispetto delle procedure.

Più clienti, più prodotti, più paesi stranieri e ...più problemi?

L'evoluzione della normativa in materia igienico sanitaria e, più in generale, nell'ambito alimentare, ci impone un **costante aggiornamento ed un confronto** con le autorità pubbliche, i Consorzi di tutela e gli organismi di controllo. Ci confrontiamo quotidianamente per l'interpretazione e l'applicazione dei regolamenti comunitari e delle normative di riferimento da adottare sui mercati esteri, con particolare attenzione alla gestione dell'etichettatura e delle informazioni di legge da riportare sugli incarti.



2015	
Tipo Controllo	N° Controlli
Controlli sul Prodotto durante la produzione	1.739.508
Monitoraggio Ambiente di Lavoro	134.845
Controlli Analitici su MP e Prodotti Finiti	13.032
Controlli Accettazione Fusi e Prodotti Co-packer	5.957
	1.893.342



L'ABC DELLA MERENDA TORNA IN TV AD APRILE

Dopo il grande successo ottenuto a ottobre scorso, quando è andato in tv per la prima volta, torna lo spot de L'ABC della merenda, on-air dal 1° aprile e per tutto il mese sui canali kids di Rai, Mediaset e sulle principali reti satellitari. Enzino e tutta la sua classe torneranno in tv per raccontare tutta la bontà de L'ABC della merenda, nata da Parmareggio e dall'esperienza del Dott. Giorgio Donegani, che insieme a Parmareggio ha studiato e contribuito a realizzare il prodotto. Ancora una volta, sarà proprio il nutrizionista a calarsi nei panni di un "Topolino Intenditore" per spiegare quanto L'ABC della merenda

da sia gustosa e nutriente, ma anche completa ed equilibrata, pensata per offrire alle mamme e ai loro bambini la merenda ideale.

Lo spot dedicato a L'ABC della merenda con Parmareggio Snack è stato leggermente rivisitato nel finale, con un richiamo nel pack shot anche al kit con il Formaggio Parmareggio.

Come di consueto, lo spot sarà presentato in anteprima rispetto alla programmazione tv, sulla pagina facebook dei Topolini, e sarà poi disponibile per la visione anche sul nostro sito www.parmareggio.it.



L'ABC DELLA MERENDA VINCE IL PREMIO FOOD

Martedì 16 febbraio presso la sede del Sole 24 Ore a Milano, si è tenuta la premiazione di **Premio Food**, il match dedicato all'innovazione, giunto quest'anno alla seconda edizione. Grande soddisfazione per due delle tre referenze Parmareggio (L'ABC della merenda, L'ABC della frutta e i Cremosini) che abbiamo candidato: **L'ABC DELLA MERENDA si è aggiudicato il 1° posto nella categoria FUORI PASTO**, mentre i **CREMOSINI hanno ottenuto il 3° POSTO nella categoria FORMAGGI**, dietro la Robiola

senza lattosio di Nonno Nanni e il formaggio Occelli in foglie di Castagno. Da regolamento era possibile candidare prodotti che sono stati lanciati o rilanciati a partire da gennaio 2014. La selezione si è sviluppata in tre fasi, ciascuna delle quali ha avuto pari importanza sull'esito della valutazione finale:

1) il giudizio di mercato: Nielsen ha misurato le performance di ciascun prodotto in lizza sulla base dei dati del proprio panel di rilevazione retail. Per i prodotti in lancio quota di mercato a valore, valore assoluto di vendite e penetrazione distributiva ponderata nel periodo del lancio, calcolato sino a un massimo di sei mesi, mentre per i prodotti già presenti sul mercato è stata valutata la crescita di quota, valore assoluto della crescita di vendite e crescita distributiva nel periodo

del rilancio, calcolato anche questo sino a un massimo di sei mesi;

2) il giudizio dei retailer: buyer e manager della grande distribuzione organizzata hanno valutato attraverso un circuito digitale i prodotti partecipanti in base ai seguenti parametri: innovazione, packaging, rapporto qualità/prezzo, attività di trade marketing, attività di category, eco-sostenibilità, gusto;

3) il giudizio degli esperti: un team composto da professionisti delle ricerche di mercato e della comunicazione ha espresso una graduatoria per categoria basata sui seguenti parametri: strategia di comunicazione e promozione, web&social strategy, posizionamento del prodotto, livello di servizio offerto, prezzo, packaging, livello di innovazione, gusto. Alla competizione hanno partecipato 115 aziende food&beverage con 207 prodotti, per un totale di 809 codici ean suddivise in 16 categorie merceologiche



Ha ritirato il premio Matteo Ghidi, Resp. Marketing di Parmareggio.

che partendo dalla classificazione ECR (bakery e pane, bevande e preparati, carni e uova, condimenti e salse, conserve, dolciario, formaggi, freddo, frutta e vegetali, fuori pasto, ingredienti base, insapori, latticini e assimilabili, petfood, piatti pronti, primo piatto, olio e aceto).



PARMAREGGIO AL CIBUS 2016

Dal 9 al 12 maggio si svolgerà alle Fiere di Parma il 18° 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. Durante l'ultima edizione i numeri riscontrati sono stati certamente positivi ed in crescita rispetto alle edizioni passate. Oltre 67.000 visitatori qualificati, 12.000 visitatori esteri di cui 1.000 top buyers esteri da 50 paesi coinvolti tramite il programma di Incoming svolto da Fiere di Parma. Il Cibus si è confermato una vetrina esclusiva a livello mondiale. **Parmareggio sarà presente anche quest'anno con uno stand ampio e centrale**, che riprende nella grafica tutti gli elementi distintivi della

nostra marca. **Grande importanza verrà data alle novità di prodotto**, che occuperanno graficamente le facciate dell'ingresso principale e nelle nicchie presenti nelle pareti laterali. All'interno **vi sarà uno spazio espositivo a disposizione dei clienti e dei visitatori**, con frigo espositori in cui sarà possibile visionare interamente la nostra gamma, nonché le nostre soluzioni espositive per i punti vendita, con i pallbox ed i frigo brandizzati dedicati ai Formaggi ed alla linea 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 prodot-**

ti Parmareggio. Come sempre non mancheranno le nostre mascotte: **Emiliano, Ersilia ed Enzino infatti presenzieranno per tutti e 4 i giorni** nei pressi del nostro stand e lungo i restanti padiglioni per accogliere i

visitatori e concedersi a simpatiche foto ricordo.

**Padiglione 2 - Stand D 014
Categoria Formaggi e Salumi**



UN SITO GRANTERRE TUTTO NUOVO



È on-line, completamente rinnovato, il sito web di Granterre www.granterre.it. Con una nuova impostazione grafica ed un potenziamento dei contenuti ora il sito è una presentazione accattivante e completa del Gruppo. Si presenta con una home page illustrata con belle foto che raccontano la filiera, e alcuni box che richiamano le sezioni interne, con pulsanti che invitano ad entrare e scoprire l'azienda. Mantenendo la struttura originale, **nella parte più istituzionale dedicata all'Azienda, il sito racconta la storia del Consorzio Granterre e come si è trasformato, chi siamo oggi, qual è la nostra mission, non trascurando per importanza la parte dedicata al Modello 231 ed al Codice Etico.** È nella sezione riservata alla Filiera che il sito si è maggiormente rinnovato, dando ampio spazio ai Soci e Produttori: per ognuno, una scheda dedicata descrive l'azienda con foto e numeri e fornisce informazioni utili come la presenza dello spaccio, l'eventuale collegamento al sito web e la mappa per visualizzare la posizione sul territorio.

Ampio spazio ai soci quindi, ma anche alle Aziende del Gruppo a partire da Parmareggio, e poi Happyflor e Serum Italia. Con una sezione dedicata abbiamo mantenuto la parte relativa all'Organizzazione Produttori, dalla quale è possibile scaricare la normativa e le leggi che governano il mondo agricolo e che possono essere utili ai soci (domande di contributo). Completano il sito una sezione dedicata ai Link delle principali organizzazioni di rappresentanza del mondo agricolo, di Legacoop, del Consorzio del Parmigiano Reggiano, di CLAL, mentre nella sezione dei Contatti una form appositamente predisposta permette all'utente di inviare al Consorzio Granterre le sue richieste e comunicazioni.

Venite a visitarci. Il layout del nuovo sito è stato realizzato per essere fruibile da computer ma anche da mobile da ogni dispositivo.

BUONA NAVIGAZIONE!

SCOPRI LA NUOVA SEZIONE PARMAREGGIO BIMBI SU PARMAREGGIO.IT

Si chiama Parmareggio Bimbi, il nuovo spazio per i più piccoli, da pochi giorni on-line su www.parmareggio.it.

La nuova sezione, che va ad arricchire di contenuti il nostro sito, racchiude tutte le informazioni sui prodotti che Parmareggio ha pensato e realizzato per i bambini: **L'ABC della merenda con Parmareggio Snack e con Formaggio, Cremosini, L'ABC della frutta. Parmareggio Bimbi è dedicata alle mamme**, che potranno visitare la nuova sezione per conoscere i valori nutrizionali dei diversi prodotti e consultare i consigli del nutrizionista, **e ai bambini**, che si divertiranno con il nostro Topolino Enzo, guardando gli spot, scaricando le suonerie per il cellulare, ...e tante altre curiosità!

Vieni a scoprire la nuova sezione Parmareggio Bimbi su www.parmareggio.it



LE NOSTRE ATTIVITÀ IN-STORE COOP ALLEANZA 3.0



In occasione della tradizionale sagra dei freschi di Coop Alleanza 3.0 abbiamo realizzato un nuovo Temporary Store Parmareggio all'ingresso dell'Ipercoop "L'Ariosto" di Reggio Emilia. La promozione, che si è svolta dal 18 febbraio al 2 marzo, ha previsto un'area di 4x4 metri delimitata da due imponenti strutture in cartotecnica brandizzate Parmareggio,



con due vasche all'interno delle quali sono state esposte le nostre principali referenze coinvolte anche nella promozione soci del periodo. All'interno dello stand abbiamo previsto la presenza di un tagliatore che, nel corso della promozione, ha tagliato più di 80 forme di Parmigiano Reggiano 30 Mesi della Latteria Sociale La Cagnola (matricola 365). Sin dal primo giorno si è registrato un forte interesse dei consumatori per il nostro stand e i prodotti Parmareggio, con ottimi risultati di vendita conseguiti e grande visibilità per il brand. Un'attività simile si è svolta nello stesso periodo presso l'Ipercoop "Baragalla" di Reggio Emilia, con l'esposizione dei nostri prodotti promozionati all'interno delle vasche e con pall-box dedicati, e con circa 65 forme di 30 Mesi tagliate e vendute nel periodo.

CON FRANCO MICOLINI ALLA RAAM 2016: UNA SFIDA OLTRE OGNI LIMITE.

Il Coast to Coast degli Stati Uniti d'America è da sempre un viaggio mitico. Per tutti rappresenta un'avventura carica di fascino e suggestione, ma per qualcuno è soprattutto una sfida ai limiti dell'impossibile: Franco Micolini è uno dei superatleti che affrontano i 5.000 chilometri della RAAM, l'ultra-maratona in bicicletta che unisce l'Ovest all'Est. Lo abbiamo incontrato nella nostra sede, dove ci ha raccontato la sua avventura, che vedrà Parmareggio anche quest'anno al suo fianco per sostenerlo.

Franco, partiamo dall'ABC, cos'è la RAAM?

La Race Across America, o RAAM, è un'ultra-maratona in bicicletta attraverso gli Stati Uniti che si disputa dal 1982. È la gara di endurance più nota e più lunga al mondo: la vince chi riesce a percorrere i 5.000 km ed i 40.000 metri di dislivello che separano la costa Ovest da quella Est nel minor tempo possibile e comunque entro 12 giorni. Per fare un paragone, il Giro d'Italia dura 21 giorni ed il percorso è di circa 3.440 Km; il Tour de France conta 3.660 Km. È una gara che si fa in solitaria, con un mezzo di supporto, non sono ammesse scie dietro altri concorrenti: sei tu contro il tempo e contro te stesso!

Una mission impossible che hai già affrontato nel 2015.

L'anno scorso ero l'unico italiano in gara: è stata una sfida massacrante e allo stesso tempo carica di fascino, anche se purtroppo una lesione al ginocchio mi ha costretto al ritiro quando mancavano "solo" 800 km al traguardo ed ero 6° assoluto. Le avversità climatiche, mi avevano messo a dura prova. Ma la sfida più difficile è stata quella contro me stesso: quando la fatica, il sonno la stanchezza mi pervadevano, dovevo sconfiggerli, andare avanti

e continuare a pedalare.

Raccontaci meglio la tua avventura: quali sono state le difficoltà maggiori?

Le avversità da superare sono state tante, prima di tutto il deserto: 5-6 ore a 50°C sotto il sole battente mi hanno procurato delle bruttissime scottature al volto. Al tramonto c'erano ancora 48°C e per abbassare la temperatura corporea, la mia crew mi spruzzava addosso dell'acqua, che però, oltre agli abiti, bagnava cosce e piedi, procurandomi delle piaghe dolorosissime a causa dello sfregamento della pelle. Un altro problema è stato il sonno, il non poter dormire per non perdere tempo: mediamente riposavo 2 ore per notte e quando ero davvero allo stremo mi concedevo dei micro-sonni di 10 minuti durante il giorno.

Hai portato il tuo corpo al limite.

Dopo il quarto giorno in sella non riuscivo più ad alzare la testa, perché i muscoli del collo si erano irrigiditi: per vedere dove andavo, ho dovuto indossare un collare che mi mantenesse la testa dritta. In quei frangenti è solo la determinazione che ti fa continuare a pedalare.

Quali sono i postumi di uno sforzo così intenso e duraturo?

Una cosa incredibile è che quando scendi dalla bici dopo 4 giorni, non sei più capace di camminare, il tuo cervello ha scordato i movimenti, non sa come coordinare le gambe, i passi. Ma se risali in bici sai pedalare perfettamente! Nei giorni successivi alla gara avevo perso completamente il ritmo veglia-sonno; i problemi più gravi sono state le piaghe sui glutei e nei piedi, che ci hanno messo parecchio a guarire completamente.

A cosa pensavi mentre pedalavi da solo in mezzo al nulla?

Il trucco sta nel non pensare a niente:

spegnere la mente, guardarsi intorno, concentrarsi sul paesaggio, e pedalare. Se cominci a pensare a quanti chilometri mancano, non arrivi più, se dopo 2 giorni in sella inizi a pensare che ti mancano ancora migliaia di km, ti arrendi. Bisogna porsi degli obiettivi intermedi: pensare a raggiungere la successiva stazione di tappa lungo il percorso: nella RAAM le più lontane distano 80 miglia, circa 130 km, le une dalle altre.

Hai seguito una dieta particolare durante la RAAM?

Mi sostenevo con prodotti omeopatici e integratori equilibrati; poi anche panini, pizza, frutta secca, dolci e Parmigiano Reggiano.

Partecipare ad un evento così massacrante implica una tenacia di ferro e un allenamento costante. È un sacrificio che non si limita ai dodici giorni di competizione ma a due anni di preparazione. Per i non professionisti come me, i sacrifici sono tanti: ho una famiglia, un lavoro e posso allenarmi solo nel tempo libero. Devo sacrificare praticamente tutto il resto: svago, relax. Mi alzo la mattina alle 5, colazione e subito un paio d'ore di allenamento, poi al lavoro. La sera si ripete il copione, cena e allenamento di nuovo, una mezz'oretta di stretching davanti alla tv e si va a letto. Il sabato e la domenica solo allenamento: un weekend ho pedalato da Udine a Santa Maria di Leuca, 1.200 km, in 42 ore senza soste. Per non parlare dei sacrifici che si devono fare a tavola e le varie rinunce.

Cercare di superare i tuoi limiti è diventata quasi una missione.

Infatti tra qualche mese riparto per gli Stati Uniti, dove ti aspetta la RAAM 2016. La gara parte il 14 giugno e al momento siamo 51 iscritti da tutto il mondo, in 2 dall'Italia. Quest'anno ho il vantaggio dell'esperienza, so a cosa vado incontro



e parto con un team esperto di 9 persone (meccanici, fisioterapisti, medici), italiane e americane: conto di migliorare il risultato dello scorso anno. Costanza e determinazione: per partecipare alla RAAM serve una forza fuori dal comune, sia fisica che mentale. Siamo convinti che Franco continuerà a macinare chilometri e record, e aspettiamo con ansia di incontrarlo di nuovo per farci raccontare la sua RAAM 2016 e altre incredibili avventure a due ruote!

Vuoi un assaggio dell'impresa di Franco? Vai su youtube e cerca: Franco's Journey: RAAM 2015 Trailer

La casa di Fausta: un sogno diventato realtà anche grazie al Gruppo Granterre

A tempo record, in un solo anno, è stata costruita e inaugurata la **Casa di Fausta**, ideata e sostenuta da ASEOP, Associazione Sostegno Ematologia Oncologia Pediatrica. **L'inaugurazione si è svolta il 22 marzo scorso** alla presenza delle autorità cittadine e della madrina Lorella Cuccarini, socio fondatore e testimone dell'Associazione Trenta Ore per la Vita, che è stata partner di ASEOP nella realizzazione del progetto. **La struttura è costituita da 13 appartamenti, una biblioteca, spazio ludico inter-**

no, giardino, palestra per la riabilitazione, due uffici e un magazzino e sorge nell'area adiacente al Policlinico, in Via Campi, a Modena. Accoglierà in regime di dimissione protetta i piccoli pazienti provenienti dalle diverse aree dell'Italia e del mondo ricoverati presso il Dipartimento Materno Infantile dell'Azienda Ospedaliero Universitaria Policlinico di Modena. Un risultato raggiunto grazie alla collaborazione sinergica fra ASEOP e le diverse realtà del territorio, tra cui anche il Gruppo Granterre.



Emiliano alla Festa Scuola Sport

Si terrà sabato 14 maggio 2016 la tradizionale Festa al Parco Ferrari a conclusione del progetto **Scuola Sport** che vede coinvolte le **classi 5° delle scuole primarie di Modena** (vedi articolo Parmareggio Informa di febbraio 2016).

La nostra mascotte Emiliano sarà presente all'evento patrocinato dal Comune di Modena ed offrirà **L'ABC della merenda agli oltre 1.500 ragazzi presenti**: una marcia in più per affrontare tutte le attività proposte durante la mattinata di sport e divertimento.

Nel pomeriggio la Festa sarà aperta a tutti i bambini e ragazzi che vorranno cimentarsi con le tante discipline sportive.



LA FAMIGLIA DEI TOPOLINI INVADE IL PALAPANINI PER IL PARMAREGGIO DAY

Si è svolto domenica **21 febbraio** il **Parmareggio Day** previsto durante la regular season di Serie A di Volley. Per animare il PalaPanini con le nostre mascotte, abbiamo scelto una delle principali partite di cartello, con la DHL Modena Volley che ospitava la Lube Banca Marche Civitanova.

Come da tradizione, i quasi 5000 tifosi sono stati accolti all'ingresso del palasport da **Emiliano, Ersilia ed Enzo, che hanno offerto il Parmareggio Snack** per iniziare con gusto e con la giusta carica una giornata di sport e divertimento. **Ad ogni tifoso è stata anche consegnata la cartolina di Tesori del Gusto**, che permetteva di avere 1 codice omaggio per la nostra raccolta punti, da giocare nel corso della partita.

Il **Premio Intenditore** è andato ai **Clown Dottori** di

Ridere per Vivere: i volontari del sorriso che operano nelle pediatrie dell'ospedale di Sassuolo e Sant'Orsola di Bologna; un riconoscimento che abbiamo voluto dare ad un'associazione con cui collaboriamo e che sosteniamo da diversi anni.

Giuliano Carletti, che ha vissuto la partita "dal campo" come ospite della panchina gialloblù, al termine del match **ha premiato l'MVP della partita, Ivan Miljovic**: una delle colonne portanti della squadra marchigiana, che si è aggiudicata il match per 3-1.

La sconfitta non ha inficiato l'accesso ai play-off per Modena Volley: la squadra gialloblù è infatti arrivata 2° nella regular season, subito dietro alla Lube Civitanova.

Un grande in bocca al lupo per questo finale di campionato!!!



Parmareggio con i giovani judoka

Grande partecipazione di giovani praticanti per una grande iniziativa a favore del Judo di base.

Sabato 12 Marzo al palazzetto dello sport di Bibbiano in occasione dell'**11a edizione di Judogiocando con Mariarosa** erano presenti 220 bambini che, al termine della competizione, hanno assistito ad una lezione

di Judo adatta alla loro età tenuta da un Maestro giapponese di altissimo livello: il M° Toshihiro Utsugi 8° dan del Kodokan di Tokyo.

Anche quest'anno Parmareggio ha contribuito alla buona riuscita della manifestazione con L'ABC della merenda.



Donne in corsa... sotto la pioggia!

È stata un'edizione di Donne in Corsa che ha messo a dura prova le partecipanti, quella che si è tenuta la sera dell'**8 marzo** sotto una pioggia battente! Il maltempo non ha però fermato il gran numero di donne di ogni età (oltre 400) che hanno corso e camminato lungo il percorso interamente ricavato nel centro storico, con tanto di passaggio nel cortile d'onore dell'Accademia Militare.

La manifestazione è stata organizzata dal Gruppo Interforze e dalla UISP, con l'aiuto prezioso della Polizia di Stato e del Comune di Modena.

All'arrivo, tra i premi più che meritati, le partecipanti hanno trovato i prodotti Parmareggio.

APPUNTAMENTO ALLA PROSSIMA EDIZIONE!



MOSTRA del Giardino e dell'Orto in Festa

NEL MESE DI APRILE

Benvenuta primavera!

IL GARDEN È APERTO TUTTI I GIORNI
DAL LUNEDÌ ALLA DOMENICA
DALLE ORE 9,00 - 12,30 E DALLE ORE 15 - 19,30

Il **Corso degli Agrumi** del 13 febbraio, il **Corso delle Orchidee** del 20 febbraio, nonché quello del 2 aprile **sono stati un vero successo**, con la partecipazione di tantissime persone!

Questo ci incoraggia a programmare nuovi interessanti appuntamenti per le prossime settimane, a partire dalla **Mostra del Giardino e dell'Orto in Festa** che abbiamo allestito per il mese di aprile. Con l'arrivo della primavera torna la voglia di occuparsi dell'orto o di crearsene uno per avere sempre a disposizione le nostre verdure e assaporare la soddisfazione di vedere il frutto del nostro lavoro.

Per questo, **dal mese di aprile il garden vi proporrà tutto ciò che serve per coltivare un orto personalizzato ed uno splendido giardino a casa vostra!**



I piccoli intenditori

IN QUESTO NUMERO...
IL DISEGNO DI LUCREZIA LANZANI



Masumi Hasegawa ci manda i suoi saluti dal villaggio giapponese di Ono-Shi, nella prefettura di Hyo-Go Ken, vicino Kyoto: "Grazie, il vostro formaggio è buono, molto buono! Mi piace tantissimo la torta al formaggio!"



You
Tube

Due piccoli intenditori hanno assaggiato il nostro ABC della Merenda e caricato la loro recensione sul web: saremo stati all'altezza dei loro severi giudizi di critici gastronomici?! **Scopritelo su youtube: cercate "Abc della merenda parmareggio" e guardate il video di Serena De Vincenzi!**
<https://www.youtube.com/watch?v=aMnnKVfIKBs>

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
www.parmareggio.it • www.facebook.com/Topolini.Parmareggio

Parmareggio *in* forma