

Crédit Agricole Il piano piace ai sindacati Nel 2022 9800 dipendenti



■ Crescerà l'occupazione in Crédit Agricole Italia nei prossimi anni. Il totale dei dipendenti del gruppo bancario passerà dagli attuali 9.750 a 9.800 nel 2022. Il dato è emerso ieri a Parma nel corso della presentazione ai sindacati del piano industriale 2019-2022 reso noto il 6 giugno. In particolare il segretario generale della Fabi, Lando Maria Sileoni, evidenzia che l'occupazione resta «stabile con un modello di banca vincente e socialmente compatibile con i territori oltre che con gli stessi lavoratori bancari. Quella che si delinea è una crescita sostenibile con un costante aumento della redditività. Il

gruppo Crédit Agricole guidato in Italia da Giampiero Maioli ha con i fatti da tempo, sotto la sua gestione, riservato una grande attenzione al mondo del lavoro. E' una eccellenza che andrebbe imitata». «E' una banca - conclude - che non aggredisce il proprio territorio, ma che si presta a valorizzarne le molteplici caratteristiche ed eccellenze. Seguiremo con attenzione la chiusura di 150 sportelli e la promessa riconversione del personale che verrà adeguatamente valorizzato e ricollocato internamente. In un momento di tagli drastici all'occupazione in banca, il modello di Maioli rappresenta una nota positiva nel settore».

Dazi Minacce Usa all'Ue: allarme per il cibo italiano

Trump torna all'attacco nella disputa sui sussidi pubblici ad Airbus, rivale di Boeing. Nel mirino anche la pasta e il Parmigiano che negli Stati Uniti ha il secondo mercato

CLAUDIO SALVALAGGIO

■ WASHINGTON All'indomani della tregua nella guerra commerciale con la Cina, l'amministrazione Trump aumenta la pressione sulla Ue nella annosa disputa sui sussidi pubblici ad Airbus, rivale di Boeing, minacciando dazi su altri prodotti europei per un valore di 4 miliardi di dollari. La lista, diffusa dall'ufficio del rappresentante americano per il commercio Robert Lighthizer, comprende 89 voci e colpisce in modo particolare il cibo made in Italy: pasta, prosciutti, salsicce, olive, formaggi come il Parmigiano Reggiano (gli Usa rappresentano il secondo mercato: 10.439 tonnellate esportate nel 2018, +2,2%) e il provolone, caffè. Nel mirino anche i prodotti di altri Paesi, come il formaggio olandese e lo scotch whiskey. E' però l'Italia che rischia il danno maggiore, considerando che in aprile Lighthizer aveva già proposto una prima lista di merci da tariffare per un valore di 21 miliardi di dollari, con in cima eccellenze tricolori quali i vini fermi, frizzanti come il prosecco o liquorosi come il marsala, il pecorino, lo yogurt, il burro, il pesce, gli agrumi, l'olio d'oliva, le marmellate. Da qui l'allarme delle associazioni di categoria. Secondo la Coldiretti, più della metà dei prodotti agroalimentari made in Italy negli Stati Uniti rischia

di essere colpito dai potenziali dazi. «Si tratta - commenta l'organizzazione agricola - di un duro colpo per l'Italia, che proprio nel primo trimestre del 2019 ha aumentato dell'11% le esportazioni agroalimentari in Usa dopo che nel 2018 si era registrato il record per un valore di 4,2 miliardi (+2%)». Nello specifico Coldiretti segnala che «il Parmigiano e il Grana, che vedono nell'America il secondo mercato di riferimento, dopo la Germania, valgono 149 milioni di euro di export in Usa nel 2018, con un crescita di oltre il 35% nel primo trimestre di quest'anno. Mentre il valore totale dei formaggi made in Italy negli Usa supera i 270 milioni». Non va dimenticato il vino che, con un valore delle esportazioni di quasi 1,5 mld nel 2018, è anche il prodotto agroalimentare italiano più venduto negli States». Preoccupato anche il presidente di Confagri Massimiliano Giansanti, il quale auspica la via del dialogo bilaterale «per evitare una guerra commerciale che sarebbe fortemente lesiva anche per l'Italia». Tutto è legato alla disputa sugli aiuti pubblici ad Airbus: il Wto deve pronunciarsi in estate sulla congruità dei dazi punitivi americani. La Ue minaccia contromisure di pari entità, in relazione agli aiuti Usa a Boeing, ma l'ultima parola spetta all'organizzazione mondiale per il commercio. Ma non è escluso che le parti arrivino a un accordo.



Consorzio «Sarebbero sconfitti i consumatori»

■ «I dazi proposti dal United States Trade Representative (USTR), qualora dovessero essere confermati, andrebbero a colpire l'export di Parmigiano Reggiano verso gli USA, secondo mercato export del Re dei Formaggi con oltre 10 mila tonnellate nel 2018», commenta Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano. «Se, da una parte, questi provvedimenti rallenterebbero la corsa della Dop negli Stati Uniti, dall'altra rappresenterebbero una sconfitta per il consumatore americano che sarebbe colpito da un significativo aumento dei prezzi che potrebbe arrivare al +100% del valore originale, come si apprende da una nota rilasciata dalla stessa USTR». Il Consorzio ricorda che un aumento dei prezzi pari anche al doppio del valore originale - ma che non andrebbe a vantaggio degli operatori e del commercio - costringerebbe molti consumatori a rinunciare al Parmigiano Reggiano Dop in favore del «parmesan»: un nome che negli Stati Uniti è considerato generico, a identificare un formaggio a pasta dura che non è vincolato ai rigidi standard produttivi e qualitativi del Parmigiano Reggiano DOP. Sfortunatamente, le leggi che classificano e proteggono il Parmigiano Reggiano all'interno dell'Ue non valgono in tutti i paesi, aprendo la porta a usi non corretti del termine e a formaggi contraffatti. Nel 2015 un'indagine condotta dal Consorzio ha rivelato che due terzi dei consumatori statunitensi sono ingannati dal termine «parmesan».

CAMERA COMMERCIO



ORARIO UFFICI A LUGLIO E AGOSTO

■ Dal 1° luglio al 30 agosto gli Uffici osserveranno l'apertura al pubblico nelle sole mattinate, dalle ore 8,30 alle ore 12,00. Soltanto lo "sportello unico" collocato a piano terra continuerà fino al 15 luglio con l'orario continuato 10-16. Dal 15 luglio fino al 30 agosto sarà aperto al pubblico solo al mattino, dalle ore 8,30 alle ore 12,00. www.pr.camcom.it

PROGETTO «CRESCERE IN DIGITALE»

■ Riparte Crescere in Digitale (CiD), un progetto attuato da Unioncamere in partnership con Google e il supporto operativo delle Camere di Commercio, tra cui quella di Parma. CiD promuove l'occupabilità dei giovani che non studiano e non lavorano (NEET), attraverso un corso per l'acquisizione di competenze digitali che potranno essere utilizzate nelle imprese grazie ai tirocini extracurricolari, interamente coperti tramite i fondi di Garanzia Giovani, con 500 euro al mese. Le imprese possono candidarsi a ospitare un tirocinante registrandosi su <https://www.crescereindigitale.it/imprese/Igiovani>, dopo essersi iscritti a Garanzia Giovani e aver fatto adesione, possono iscriversi al progetto CID al link <https://mooc.crescereindigitale.it/login?mode=select> e frequentare il corso. Info: www.crescereindigitale.it; l'area di Supporto FAQ <http://faq.crescereindigitale.it/>; l'area NOTIZIE <http://blog.crescereindigitale.it/>.

INTERVENTO

Prosciutto, il Gia difende gli stagionatori



■ Ci sono momenti all'interno dell'attività lavorativa, come del resto nella vita, che appaiono come vere e proprie sfide, davanti alle quali le opzioni sono solo due, o affrontarle fino in fondo, oppure fare come gli struzzi, fare finta di nulla. Noi siamo per la prima opzione. Apprezziamo la lealtà e la chiarezza con la quale il Capo Gruppo del settore Prosciuttifici dell'Unione Parmense degli Industriali Carlo Galloni, ieri sulle pagine della Gazzetta di Parma ha risposto alla Flai Cgil a proposito della loro recente affermazione «necessario ripulire il settore dai sospetti con una massiccia operazione di esclusione di prodotto non conforme alle regole».

Dicevamo che il Prosciutto di Parma sta attraversando un momento storico di grandi sfide dalle quali siamo certi che gli stagionatori e la filiera tutta ne usciranno con una maggiore consapevolezza: il Prosciutto di Parma è un prodotto eccezionale, unico nel suo genere, che merita di essere riconosciuto dal mercato e dai consumatori come tale. Ora, come l'esperienza insegna, è nel momento delle difficoltà, che emergono i valori, le consistenze, la storia e la tradizione. Come afferma a ragione Carlo Galloni, capo Settore Prosciuttifici dell'Upi, gli stagionatori sono parte lesa sia nelle vicende relative a cosce provenienti da maiali con una genetica non prevista dal disciplinare, sia nel caso delle partite inerenti al peso medio delle cosce di maiale destinate alla stagionatura.

Noi crediamo che questo sia il momento della responsabilità, anzi della corresponsabilità, dell'unità, pur essendo parte lesa non ci siamo attardati a lamentarci o ad accusare, ma ci siamo rimboccati le maniche perché solo lavorando con intelligenza e passione siamo certi di riuscire a far sì che il Prosciutto di Parma torni ad essere quello che realmente è: prodotto di grande qualità e bontà. Al Sindacato chiediamo di assumersi la stessa responsabilità perché i primi ad avere a cuore il destino dei propri lavoratori sono proprio le aziende stesse, creare confusione con affermazioni che non corrispondono al vero non giova a nessuno.

Ercole Ravanetti

Capo Consulta del settore Prosciuttifici Gruppo Imprese, Parma

Logistica PB Servizi, anno record: la svolta è stata la diversificazione

L'azienda nata nel '91 gestisce archivi e documenti. Rinnovata la governance

ANTONELLA DEL GESSO

■ Con una crescita del 35% sull'anno fiscale precedente, la PB Servizi Srl, che dal 1991 opera nel settore della logistica documentale, ha segnato il proprio record di fatturato, e continua a crescere grazie alla diversificazione dell'offerta e al rinnovamento della governance.

«Da 28 anni sul mercato dei servizi interbancari, il 2019 ha segnato l'anno della svolta con il completamento del passaggio generazionale e contestuale revisione delle strategie di posizionamento sul

mercato», spiega Gianluca Picariello, presidente della società e autore dell'evoluzione che ha trasformato la PB Servizi in una realtà imprenditoriale a largo raggio operativo. Infatti quella fondata dal padre Alfredo era un'attività artigianale sostanzialmente mono-cliente.

Con il rinnovo della governance, invece si è puntato a una diversificazione dell'offerta e oggi l'azienda si occupa della gestione e dello sviluppo dei casellari postali e dell'interscambio della corrispondenza interna dei punti, uffici e filiali di diversi gruppi ban-



PB SERVIZI SRL Gianluca Picariello con parte del suo team.

cari. Tratta inoltre l'archiviazione documentale di enti pubblici e statali, aziende private, studi legali e notarili, compresa la gestione di archivi fallimentari mediante curatori, dalla catalogazione al

censimento (mediante un software) alla consegna nelle strutture di archiviazione, passando dal confezionamento in scatole di vari formati.

Grazie a queste attività (for-

nite da pochissime aziende in Italia), la PB Servizi, Srl dal 2004, oggi opera su tutto il territorio nazionale. «La gestione anche logistica di tanta documentazione ha comportato la naturale integrazione nella PB Servizi di un servizio di trasporto, con 10 mezzi di nostra proprietà, e un'ulteriore specializzazione nella raccolta, smaltimento e trasporto di carta e cartone da macero, nella distruzione di documenti d'archivio e nello sgombero locali di deposito», riferisce Picariello.

Il successo dell'azienda, partecipata al 10% da Camst - La Ristorazione Italiana, a detta del presidente è merito del gruppo di lavoro «formato da una cinquantina di persone, tra dipendenti e collaboratori, con cui si è stabilito un rapporto unico basato sulla responsabilizzazione. Il vero patrimonio aziendale è il nostro team».

© RIPRODUZIONE RISERVATA