36.500
ARTIGIANI SENZA AMMORTIZZATORI

In regione 36.500 occupati dell'artigianato in 9.200 imprese sono sospesi dal lavoro a causa della crisi provocata dalla pandemia e da quattro mesi non ricevono le risorse degli ammortizzatori sociali. È quanto riporta la Cgil Emilia-Romagna, che aggiunge: «La mancata copertura finanziaria del governo impedisce ai lavoratori coinvolti di avere il riconoscimento del proprio reddito».

Crédit Agricole
CA Assicurazioni e Agos insieme per le polizze casa

» Crédit Agricole Assicurazioni ed Agos, leader nel credito al consumo (partecipata da CA), consolidano la partnership nell'offerta di soluzioni dedicate alla protezione delle abitazioni private, con «Casa Protetta». La polizza unisce alle coperture di un'assicurazione multirischi sulla casa alcuni servizi di assistenza per semplificare la risoluzione di piccoli incidenti domestici.

Prosciutto di Parma Focus su benessere animale e sicurezza

Filiera e nuovi standard: al via il progetto «Parsutt»

» Una filiera virtuosa e più sostenibile per il Prosciutto di Parma. È questo l'obiettivo di PARSUTT (PARma ham high SUsTainability sTandard), progetto coordinato dal Centro ricerche produzioni animali (Crpa) di Reggio Emilia e finanziato dalla Regione, che vede la partecipazione diretta del Consorzio di tutela, di un selezionato numero di operatori della filiera (produttori, allevatori, macellatori). L'acronimo inglese richiama il dialetto, fra la tradizione e un'innovazione portata avanti, in questo caso, con il supporto di partner come l'Università di Milano, l'organismo di certificazione Csqa e l'ente di formazione Dinamica.

«Parsutt» fornisce un modello virtuoso a tutti gli anelli della filiera produttiva del Prosciutto di Parma, affinché adottino degli standard di sostenibilità più elevati rispetto a quelli imposti dalla normativa vigente su temi quali il benessere animale, l'uso prudente del farmaco e la biosicurezza. Particolare attenzione è posta sui primi anelli della filiera, allevamento e macellazione, dove il progetto si propone di identificare, sviluppare e promuovere degli indicatori concreti per ottenere un Prosciutto di Parma sempre più capace di cogliere le richieste del consumatore moderno attento alla sostenibilità delle produzioni.

«Parsutt» analizzerà i principali disciplinari e linee guida nazionali e internazionali che prevedono elevati standard di benessere animale negli allevamenti suinicoli. E sarà individuato un elenco di parametri. La fase successiva prevede la stesura di un protocollo: il disciplinare tecnico del Prosciutto di Parma con alti standard di benessere animale, elevati livelli di biosicurezza e con indicazioni per un uso responsabile degli antibiotici. Sarà usato come riferimento normativo volontario, elaborato con il consenso delle parti interessate. Sarà anche avviato un iter di certificazione per le aziende che aderiscono al progetto. Seguirà un piano formativo e di divulgazione, compreso un sito dedicato.

«Abbiamo fortemente voluto questo progetto per lanciare un chiaro messaggio alla filiera e alle istituzioni affinché si mettano in campo tutte le azioni necessarie a far evolvere il settore suinicolo rendendolo più innovativo e sostenibile sotto tutti i punti di vista - dice Vittorio Capanna, presidente del Consorzio del Prosciutto di Parma -. Da tempo siamo promotori di un percorso di sensibilizzazione. Oggi più che mai è importante rendersi conto che un'altra strada non solo è possibile ma è sempre più richiesta dai nostri consumatori».

r.eco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Vittorio Capanna, presidente del Consorzio: «Attraverso il Green Deal e la strategia Farm to Fork, la Commissione Europea ha delineato un processo di rinnovamento generale al quale l'intera filiera del Prosciutto di Parma deve aderire».

Tanti studi sulla filiera
In alcune aziende pilota saranno eseguite analisi tecniche ed economiche. È prevista la verifica della sostenibilità economica e ambientale delle regole sulla filiera. Ambiente: sarà calcolata l'impronta di carbonio. E uno studio di mercato valuterà la propensione all'acquisto di Prosciutto di Parma «animal friendly».

Approvato il bilancio

Centro Agroalimentare e Agenda 2030: presentato il primo Report di sostenibilità

CAL Nel difficile anno della pandemia, il Cal non si è mai fermato. Ha dato appoggio al personale sanitario con la fornitura di prodotti freschi e una donazione a seguito dell'evento «Cal c'è».

» Il Centro Agroalimentare di Parma (Cal) ha presentato all'assemblea dei soci il proprio bilancio 2020. Un bilancio che si è chiuso con ricavi pari a 1.611.047 euro, in linea con il budget e in leggero aumento rispetto alle previsioni. Il risultato di esercizio evidenzia il segno positivo prima delle imposte, in linea con l'anno precedente e con il budget adottato dalla società, nonostante le ingenti spese impreviste legate soprattutto alla pandemia, che hanno fortemente caratterizzato l'esercizio 2020.

Per l'occasione, la direzione del Cal ha presentato anche, per la prima volta nella storia ventennale dell'azienda, il Report di Sostenibilità. «Lo ha fatto - spiega una nota del Cal - grazie all'appoggio convinto del presidente Marco Core e dell'intero Cda (nelle figure di Irene Rizzoli, motore della scelta, e dell'avvocato Michele Pozzi), del direttore Giulietta Magagnoli, della compagine sociale e del personale, che ha sposato sino in fondo una causa così virtuosa e al passo coi tempi».

«Il rilancio di questi ultimi anni, unanimemente riconosciuto - continua il Cal - ha consentito all'azienda di avere oggi un posizionamento diverso rispetto al passato e trova nella presentazione del Report di Sostenibilità uno dei suoi passaggi cruciali, nel rispetto dei valori che sottendono alla sua funzione di Partecipata pubblica e che nel Report emergono in tutto il loro valore tutt'altro che simbolico».

La scelta è arrivata alla fine di un anno caratterizzato dal percorso di integrazione avviato tra i Centri Agroalimentari dell'Emilia-Romagna e dalla lotta alla pandemia, che ha visto il Cal impegnato senza mai interrompere il proprio servizio, offrendo il proprio appoggio all'attività degli operatori sanitari con la fornitura di prodotti freschi e una donazione a seguito del riuscito evento culturale «CAL c'è». Con questa iniziativa, il Centro Agroalimentare si è aperto alla città.

«Il Cal ha attraversato quei mesi senza mai perdere di vista i propri obiettivi - continua l'azienda -. Nell'ottica del business, ma anche dell'inclusione e della solidarietà, come dimostra l'importante progetto di logistica solidale avviato in collaborazione con la Regione Emilia-Romagna in sinergia con le associazioni di volontariato del territorio, che consente di far arrivare gratuitamente ogni settimana sulle tavole di migliaia di famiglie in stato di bisogno frutta e verdura fresca di prima qualità. Il Report di Sostenibilità è motivo di profonda soddisfazione perché fotografa il lavoro svolto da Cal e getta le basi per quello futuro all'insegna dei valori ambientali, dei diritti umani, della solidarietà e dell'economia circolare, come indicato dall'Agenda 2030».

Parmigiano, vendite +12% nel trimestre Iniziative con i ristoratori per ripartire

» Volano le vendite di Parmigiano Reggiano nel primo trimestre 2021, registrando una crescita del 12% rispetto al periodo pre-pandemia, mentre gli altri formaggi stagionati a pasta dura si sono fermati al 5%. Un dato straordinario, sottolinea il Consorzio di tutela, alla luce dell'impatto del Covid sulla capacità di spesa delle famiglie e di riflesso sul carrello del supermercato, ma anche di tutte le minacce dall'estero, dalla Brexit, ai dazi Usa, fino alle contraffazioni Italian Sounding che alimentano un mercato da 2 miliardi di euro.

Andamento positivo e stabile anche dal punto di vista del prezzo, con la quotazione del Parmigiano Reggiano 12 mesi da caseificio produttore intorno ai 10,50 euro al chilo contro i 7,99 euro al chilo di un anno fa.

Il Consorzio può ora concentrarsi sul capitolo Horeca (hotel, ristoranti, caffè e catering), affinché i ristoranti tornino a poter valorizzare tutti i prodotti di qualità. «Il primo passo concreto in questa direzione è stato un accordo con la realtà congressuale di Identità Golose», spiega il presidente del Consorzio Nicola Bertinelli. L'obiettivo è risollevare la quota di mercato del settore Horeca, che nel 2020 ha assorbito solo il 4% del Parmigiano Reggiano, attraverso progetti di formazione ed educazione con ristoranti e tutte le altre attività del «fuori casa». Un vero e proprio patto per la ripartenza, fondato sulla trasparenza e sull'utilizzo di prodotti di qualità a Indicazione Geografica.

Secondo un'analisi di mercato commissionata dal Consorzio a Ipsos, il 90% dei consumatori vorrebbe che nella descrizione del piatto nel menu fosse indicato il tipo / la marca di formaggio utilizzato; il 91% vorrebbe conoscere queste informazioni anche per il formaggio utilizzato per condire o guarnire i primi piatti. Il 77% si è detto favorevole alla possibilità di grattugiare il formaggio direttamente al tavolo mentre il 56% ha affermato che il Parmigiano Reggiano non può mancare sulla tavola.