

Parmareggio in forma



Bimestrale di informazione del Gruppo Granterre

N° 27

Il Caseificio Lame di Zocca

Pag. 3



Pag. 4
La nuova
Digital Collection
Tesori del Gusto

Parmareggio main sponsor di Modena Volley

Pag. 6 e 7



Pag. 8
Vieni a scoprire
le piante
mediterranee

Parmareggio: un progetto vincente, più forte della crisi!

di Giuliano Carletti, A.D. Granterre-Parmareggio

Molte erano le aspettative riposte nel 2014 per uscire finalmente dalla lunga crisi economica. In realtà il quadro economico è rimasto invariato, se non, in alcuni

casi, addirittura peggiorato. Sono scesi ancora il PIL, i consumi alimentari, gli investimenti. Il tasso di disoccupazione a fine anno ha superato il 13%, mentre l'unica nota positiva è venuta dalle esportazioni che hanno confermato il loro trend positivo. Le vendite nella Grande Distribuzione Organizzata (a parità di negozi) sono invece scese ulteriormente di oltre il 2% (fonte Nielsen). L'ultimo trimestre ha evidenziato segni di miglioramento nei consumi interni e negli investimenti che fanno sperare di essere finalmente arrivati al punto di svolta di questo lungo ciclo economico negativo.

Nel 2014 il mercato italiano dei formaggi grana nella Distribuzione Moderna ha perso addirittura il 7,3% dei volumi venduti, trascinato da una performance particolarmente negativa del Grana Padano. Il Parmigiano Reggiano è riuscito a contenere le perdite all'1,7%, con un calo importante nelle forme intere (-6%) ed una crescita del +3,3% del prodotto confezionato, grazie ad una accresciuta promozionalità.

L'export di Grana Padano e Parmigiano Reggiano in forme intere ha chiuso l'anno ancora una volta con volumi in crescita (+3,4%), anche se questo risultato è maturato tutto nel primo semestre. Nel secondo semestre solo dicembre ha evidenziato una crescita sull'anno precedente. Migliori i risultati dell'export di grattugiati.

La produzione di Parmigiano Reggiano è rimasta sostanzialmente stabile, vicino alle 3,3 milioni di forme, mentre nel Grana Padano si è registrata una crescita del 6% della produzione che ha superato i 4,8 milioni di forme.

Segue a pagina 2

Incontro tra i soci di Granterre

di Ivano Chezzi, Presidente Granterre-Parmareggio



Il 12 febbraio scorso presso l'Una Hotel di Baggiovara si è svolto l'incontro tra i Soci di Granterre: per prima cosa desidero ringraziare sentitamente i 90 produttori e amministratori dei caseifici conferenti che sono rimasti incollati alle loro sedie per 4 ore in questa occasione molto importante per il nostro Gruppo. Come si deduce dall'ordine del giorno, che aveva in agenda preconsuntivo 2014, budget 2015 e linee guida del Piano Industriale 2016-2018, l'assemblea è stata infatti un importante momento di discussione e riflessione su quanto fatto ma soprattutto sul nostro futuro. Nel corso di questi anni ci siamo posti tante domande:

- quale è il nostro potenziale sociale (nuovi soci e nuovi conferimenti)?
- possiamo contribuire alla crescita economica dell'intero comparto caseario?
- come creare maggiore valore dalla nostra filiera (nuovi prodotti e mercati)?

- come fare sempre meglio quello che stiamo facendo?
- dobbiamo prevedere processi di aggregazione od acquisizione?
- come fare per mantenere il controllo del Gruppo (governance)?
- come garantire la redistribuzione del valore creato su tutta la nostra filiera?
- abbiamo adeguate risorse umane e finanziarie?

Nella prima parte della mattinata i membri della Direzione del Gruppo hanno illustrato i lusinghieri risultati ottenuti, passando poi alle aspettative e prospettive future. In seguito, la società di consulenza BAIN & COMPANY ha illustrato il contesto, nazionale ed internazionale, all'interno del quale leggere i risultati ottenuti, quale sia l'attuale posizionamento e le ipotesi di sviluppo del Gruppo Granterre-Parmareggio.

Segue a pagina 3



Parmareggio: un progetto vincente, più forte della crisi! segue da pagina 1

L'effetto combinato degli andamenti delle vendite e delle produzioni ha prodotto un aumento delle giacenze a magazzino dei due prodotti

DOP. Di conseguenza, sul lato dei prezzi le quotazioni camerale di Parma hanno evidenziato un calo medio rispetto al 2013 del 6,1% del Parmigiano Reggiano di 12 mesi e dell'8,5% di quello a 24 mesi. In particolare il prodotto di 12 mesi ha chiuso l'anno con un calo di ben 1,60 euro dall'inizio dell'anno (-17,4%). Le quotazioni del burro zangolato hanno invece fatto registrare una diminuzione media addirittura superiore al 20%!

È evidente come le quotazioni raggiunte siano 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.

Gli scenari di mercato descritti si sono tradotti 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 di mercato 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: +6,7% nei formaggi confezionati e +16,4% nel burro.**

Complessivamente le vendite di formaggio sono salite del 4,8%, mentre nel burro la conclusione di un rapporto di co-packaging ha determinato una riduzione dei volumi complessivamente venduti del 5,1%, nonostante il fortissimo incremento del prodotto venduto a nostro marchio. Come sempre tutta la gamma Parmareggio ha evidenziato grandi risultati a volume: in particolare i Grattugiati (sostenuti dalla comunicazione televisiva), il Burro, i Formaggini, le Fettine, il "Parmareggio snack" e il "Parmareggio 30 mesi".

Hanno sicuramente contribuito a questi incrementi anche la raccolta punti "Re-

gali da intenditori" ancora più ricca e stimolante per il consumatore, e la nuova raccolta punti digitale "Emilia e vinci", realizzata insieme a Grandi Salumifici Italiani ed incentrata sui grattugiati a marchio.

Parmareggio si è confermata **la marca leader di mercato nei pezzi e bocconcini, nei grattugiati, nel burro**, mentre è al terzo posto nelle fettine e nei formaggini, grazie anche al grande sforzo di inserimento nei negozi dei nostri prodotti: 30 mesi, formaggini, fettine snack e burro sono presenti in oltre l'80% degli iper e super italiani.

La conferma della straordinarietà di questi risultati ci è venuta dai dati forniti da Nielsen, società leader mondiale nelle rilevazioni di mercato: nella speciale classifica delle marche presenti nel Largo Consumo Confezionato con prodotti a peso fisso (Nielsen Trade Mis al 28.12.2014): Parmareggio si è posizionata al 60° posto (dal 65° del 2013), raggiungendo **l'ottavo posto per percentuale di crescita del fatturato!** Da sottolineare che solo un terzo circa delle aziende ha fatto registrare una crescita rispetto al 2013.

Il fatturato complessivo del Gruppo Granterre-Parmareggio si è attestato nel 2014 a circa 282 milioni di euro, con un incremento di 5,6 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 121 milioni di fatturato, con un incremento di oltre 7 milioni di euro (+6,2%) a valore e di ben il 9,1% a volume**, grazie in particolare alla grande crescita registrata nel burro e nei grattugiati.

Il fatturato complessivo di tutti i prodotti venduti con i nostri marchi (Parmareggio, Parmissimo, Unigrana, ecc.) supera i 145 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 è salito di quasi 4 milioni di euro (+9,5%), superando i 43 milioni di euro**, con una incidenza sul totale del formaggio venduto che ha raggiunto il 20%. **I volumi sono aumentati del 14,9%**. Le vendite a marchio **Parmareggio** sono cresciute di un

milione di euro (+4,7%) e del 6,4% a volume, superando i **21 milioni di euro di fatturato**, rappresentando quindi circa il **50% delle vendite effettuate all'estero.**

Da sottolineare ancora una volta come, in un anno caratterizzato da grandi tensioni sull'**occupazione**, abbiamo chiuso l'anno con un organico di 292 dipendenti, stabile rispetto all'anno precedente. Negli ultimi 5 anni abbiamo assunto direttamente a tempo indeterminato 12 persone, mentre 40 sono state le trasformazioni da tempo determinato a tempo indeterminato, a fronte di uscite di 29 dipendenti, con un saldo positivo quindi di 23 unità.

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, 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 2014 così impegnativo e difficile si è tradotto in un **utile netto di 7,2 milioni di euro**, oltre un milione di euro in più rispetto all'anno precedente. È 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 6 milioni di euro il **patrimonio netto del Gruppo**, salito a 89 milioni di euro, mentre l'**indebitamento netto** si è confermato a 107 milioni di euro. La liquidità generata dal positivo andamento della gestione economica è riuscita a coprire per intero l'aumento del magazzino conseguente ai maggiori conferimenti. Questa solidità e questi risultati hanno favorito la **crescita dei nostri soci e l'aumento del numero dei soci stessi** con l'ingresso nella base sociale di 3 nuo-



vi caseifici (S.Pietro, Acquaria e Lame) e la ripresa del conferimento di formaggio da parte del 4 Madonne. Le forme conferite hanno superato le 224 mila, con una **crescita di quasi 75 mila forme (+33%)** quasi equamente ripartita tra maggiori conferimenti dei soci storici e nuovi soci. Un andamento analogo ci attendiamo per il 2015 con un ulteriore incremento complessivo di circa 50 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.

Parmareggio: un progetto vincente! per i soci, per i lavoratori e per tutte le famiglie che direttamente e indirettamente sono coinvolte positivamente dalle attività del nostro Gruppo.

Le difficoltà dei mercati e del ciclo economico sono state ancora una volta affrontate con la responsabilità, la determinazione, la passione e la coesione che ci contraddistinguono. Abbiamo saputo cercare e crearci le opportunità per migliorarci ancora, dando come sempre il massimo contributo personale al servizio degli ambiziosi obiettivi che ci siamo dati e che i soci si aspettano da noi. Un sincero e sentito ringraziamento a tutti coloro che hanno contribuito a questi risultati, che devono da un lato rafforzare in noi la consapevolezza e l'orgoglio per quello che siamo stati capaci di realizzare tutti insieme e, dall'altro, darci la necessaria carica per affrontare le prossime sfide.

Giuliano Carletti



In ricordo di Viliam

Viliam Iori nasce a Quattro Castella il 18 aprile 1941. È il primo di sei fratelli. Nel 1963 sposa Carpi Diana. Dal matrimonio nascono Mauro e Antonella. Viene a mancare il 13 aprile del 2005 a pochi giorni dal suo 64° compleanno. Inizia la sua attività lavorativa a 15 anni come garzone di caseificio presso la Latteria Sociale Villa Tirelli.

È negli anni tra il 1973 e il 1983, in particolare nel lavoro svolto presso CPCA e GIGLIO Latterie Cooperative Riunite, che Viliam compie un vero e proprio salto di qualità professionale, maturando un'esperienza in termini tecnici, commerciali e di relazione tale da consentirgli di raggiungere le

competenze e le responsabilità di imprenditore. Non dimentichiamo il suo interesse per la politica. Si impegnò nell'Amministrazione del Comune di Quattro Castella. Nel 1975 fu eletto Consigliere comunale e nel 1976 fu eletto Assessore all'Agricoltura e alle attività produttive. Nel 1983 abbandonò la politica e fonda PARMAREGGIO. L'attività inizia nella sede angusta di Via Menozzi successivamente trasferita in Via Allende a Montecavolo. Negli anni '90 inizia la collaborazione con Groupe Entremont, multinazionale francese. Il sostegno economico di questa, porterà PARMAREGGIO ad un gran salto di qualità. Nel '96 iniziano i lavori del nuovo stabilimento PARMAREGGIO in Via Togliatti, con tecnologie all'avanguardia in questo settore. In questo periodo iniziano anche le intuizioni più felici di Viliam: il grattugiato e in parti-

colare il confezionato di piccole dimensioni, il "Mito". Senza dimenticare che Viliam è stato l'innovatore della selezione e commercializzazione del Parmigiano Reggiano 30 mesi, tutt'oggi copiato e imitato da molti. Nel 2004 Entremont decide di cedere le proprie quote e grazie all'impegno che Viliam profuse, la proprietà viene assunta dal Consorzio Gran Terre. Il resto è storia che tutti noi già conosciamo. Amava la buona lettura, amava la musica colta, amava la buona cucina, amava la montagna e i grandi spazi, amava la "sua" Pantelleria. "Gli anniversari non devono essere un rito formale, ma se vissuti con limpidezza di intenti, riprendono i fili del rapporto tra chi non c'è più e noi, alla luce dell'affetto di ieri e della vita che continua."

I tuoi collaboratori

Occorre innanzitutto definire quale visione hanno i soci del Gruppo, il giudizio, le aspettative e l'ambizione futura, partendo dai nostri **valori** e dalle attuali **mission** e **vision**.

Una buona strategia si basa sulla definizione di **Mission** e **Vision**

MISSION

Soddisfare il consumatore con prodotti di alta qualità, distintivi ed innovativi valorizzando il prodotto dei soci

VISION

Essere una industria alimentare di marca focalizzata nel Parmigiano Reggiano e nel burro

Potrei riassumere i numerosi interventi di soci ed invitati in alcune considerazioni che saranno la base per il futuro piano:

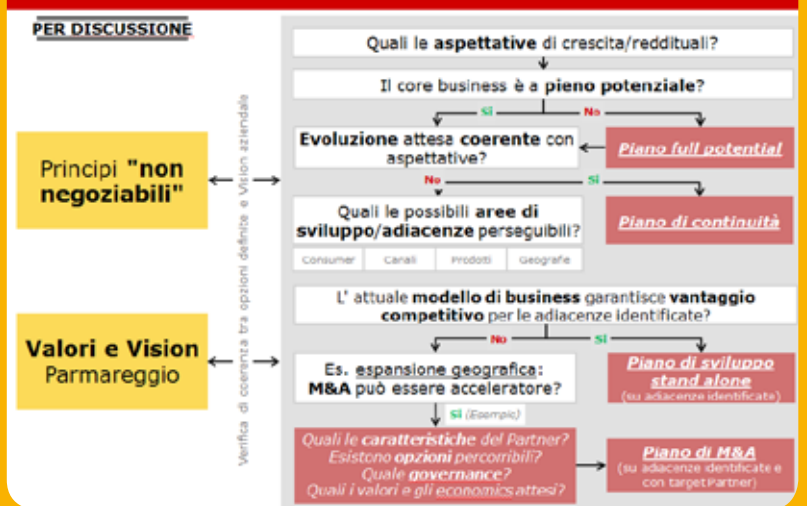
- **consapevolezza del lavoro svolto** in tutti questi anni: il 31 gennaio 1959 nasce il "Consorzio Caseifici Sociali" ed inizia la nostra storia fatta di impegno, sacrificio, intuizioni e a volte anche errori, superati con l'impegno e la dedizione di tutti
- **soddisfazione ed orgoglio** per la crescita e i risultati ottenuti in questi ultimi anni, dove parole come "brand, premium, margini" sono divenute familiari ai nostri amministratori
- **consapevolezza** dell'importanza sociale ed economica che ha il Gruppo sulla esistenza stessa delle aziende agricole dei soci e sulla sicurezza dei lavoratori
- **importanza di poter progettare il futuro** partendo da una posizione di relativa tranquillità ed in presenza di un progetto che si sta dimostrando vincente, pur con la consapevolezza che i risultati ottenuti non possono essere, di per sé, garanzia per il futuro
- **disponibilità ed apertura** a ragionare di processi di crescita e trasformazione in continuità con i principi ed i valori che ci hanno caratterizzati

L'approccio metodologico proposto dai nostri consulenti prevede il coinvolgimen-

to degli amministratori, rappresentati da Presidenti di caseifici soci che, assieme al nostro management, elaboreranno un piano strategico da sottoporre all'approvazione dei soci nel prossimo autunno. Il prossimo Piano Industriale 2016-2018 conterrà la nostra strategia futura che sarà costruita attraverso le risposte dei Soci "proprietari" e dei nostri Dirigenti, chiamati ad operare sulla base di scelte condivise all'interno del Gruppo, consapevoli della nostra responsabilità e con l'imperativo di "non sbagliare".



Cosa fare domani? A quali domande rispondere?



I Caseifici del Gruppo Granterre

Il Caseificio Lame di Zocca

Il nostro viaggio alla scoperta dei caseifici diventati recentemente soci speciali di Granterre prosegue con il Caseificio Lame di Zocca. Abbiamo incontrato Mauro Zanni Bertelli, Vice Presidente del Caseificio, e Mauro Marchi, il casaro.

Zanni Bertelli, quando nasce il caseificio e quanti soci siete?

Le origini di questo caseificio risalgono agli anni '60, e inizialmente i soci erano circa settanta. Nel corso del tempo c'è stata una progressiva riduzione, e siamo scesi intorno ai 20. Dopo la fusione col caseificio di Monteombraro, per qualche tempo la base sociale è rimasta stabile, poi si è progressivamente ridotta e oggi siamo 6 soci. È stata una riduzione fisiologica, "per cessazione attività", nel senso che molti nostri soci storici, giunti alla pensione, non avevano a chi lasciare l'attività, i loro figli avevano legittimamente scelto altre strade. Il nostro è da sempre, e rimane, un lavoro duro, e ci sta che le nuove generazioni optino per altre soluzioni.

Però siete riusciti a mantenere volumi di lavorazione importanti

È vero. La "fortuna" del caseificio Lame è stata che 3 nostri soci hanno costruito nuove stalle, moderne, due da 200 capi e una da 60 capi, per cui non solo abbiamo recuperato il latte perso dal venir meno dei soci che avevano cessato l'attività, ma anzi abbiamo aumentato la quantità di latte prodotto.

E avete anche ristrutturato il caseificio

Sì, recentemente abbiamo affrontato un importante investimento per la ristrutturazione dei reparti: abbiamo rifatto tutta l'area adibita alla sala moia per immersione, così come la sala di lavorazione del formaggio. Questo ci ha permesso non solo di ottenere la certificazione secondo le norme UE, ma anche di creare le condizioni per aumentare la produzione: oggi abbiamo una capacità di lavorazione di 48.000 quintali di latte, ma c'è spazio per montare altre caldaie e salire fino a 80.000 quintali di latte.

Un investimento non da poco. Che, potremmo dire, trova nella decisione di diventare soci di Granterre una coerente conseguenza

Direi proprio di sì: la stabilità e le prospettive sono determinanti quando si sceglie di fare investimenti così importanti, e siamo convinti che Granterre-Parmareggio sia l'impresa giusta per trovare questa stabilità e queste prospettive

Voi avevate già rapporti commerciali con il Gruppo, prima di diventare soci, giusto?

Absolutamente sì. Da trent'anni, quindi parliamo ancora del CCS, conferivamo le panne, poi nell'ultimo anno abbiamo venduto il formaggio; infine, vista la serietà e capacità dimostrate dall'impresa, abbiamo preso la decisione più importante, e siamo diventati Soci speciali. Raggiungendo così un obiettivo molto importante: le nostre 6 aziende agricole producono un latte di alta qualità, uniti in cooperativa Lame trasformiamo il latte in Parmigiano Reggiano e panna, poi assieme ad altri dieci caseifici consegniamo il

Parmigiano a Parmareggio, che lo confeziona e porta il prodotto direttamente al consumatore; in questo modo abbiamo completato la filiera.

Cos'altro vi ha positivamente colpito di Granterre PARMAREGGIO?

Il modo di lavorare. L'approccio cooperativo nel senso più vero del termine, il fatto che i soci vengano sistematicamente seguiti, ascoltati e aggiornati, e che le scelte siano condivise con tutti. Che non significa ovviamente "accontentare tutti", ma significa che ti senti parte attiva di una grande realtà, guidata da persone capaci e attente. Poi, è ovvio che ognuno di noi ha un proprio ruolo nella filiera di produzione, sarà il management a fare le scelte gestionali...e confidiamo che continuino così, perché noi davvero ci crediamo. E visto che i nostri figli hanno deciso di seguire le nostre orme... abbiamo intenzione di avere un lungo futuro davanti a noi!



LA NUOVISSIMA DIGITAL COLLECTION DI PARMAREGGIO, CASA MODENA E SENFTER



È iniziato il 1° aprile e terminerà il 31 dicembre il nuovo Concorso **TESORI DEL GUSTO**, la Raccolta Punti che ci vede coinvolti insieme a Casa Modena e Senfter con tutta la gamma **Parmareggio**.

Dopo tanti anni, **Regali da Intenditori** si trasforma così in un grande concorso interamente digitale, che sostituirà anche Emilia e Vinci.

Con **Tesori del Gusto** i consumatori potranno vincere tanti premi settimanali e mensili e partecipare ad una Raccolta Punti digitale con una scheda virtuale. E giocando almeno 3 codici si potrà partecipare all'estrazione finale di un bellissimo Super Premio!!!

I prodotti Parmareggio, Casa Modena e Senfter, con il flash con il logo della promozione sul pack, conterranno

all'interno un codice univoco che i partecipanti potranno giocare con le seguenti modalità:

giocare immediatamente il codice tramite sms al numero 320 202543 o sul sito www.tesorideltgusto.it, partecipando:

- all'**estrazione settimanale** (con formula instant win) di un premio composto da 1 box riserva Parmareggio, contenente 4kg di Parmigiano Reggiano 30 Mesi, 1 Prosciutto di Parma Gran Crù Casa Modena e ½ bafra di Speck Alto Adige IGP Senfter;
- all'**estrazione mensile** di 1 Robot da Cucina il nuovo Bimby;
- all'**estrazione del super premio finale**, 1 Fiat 500X (con almeno 3 codici giocati).

Collegandosi poi al sito www.tesorideltgusto.it e registrandosi, parteciperanno alla Raccolta Punti vera e propria, raccogliendo i punti per avere un regalo a scelta tra 25 fantastici premi suddivisi in 7 soglie punti:

- **personalizzati Parmareggio:** Peluche dei Topolini, Formaggiera, Grattugia, Coperta Pile, ...
- **personalizzati Casa Modena e Senfter:** tra gli altri Grembiule Casa Modena, Kit da disegno e Zainetto Teneroni, Completo letto singolo Teneroni, Coperta da picnic Senfter
- **classici:** Saltapasta e Piastra Bifuochi Ballarini, Ferro da stiro, Asciugacapelli, Piastra per Capelli Imetec, Macchina da caffè con cialde Lavazza, Scaldotto Caleffi, e tanti altri oggetti di marca
- **premi digitali:** E-book, 10 euro su Chili TV per acquistare o noleggiare il grande cinema, corsi on-line
- **Onlus:** con 5 punti puoi donare 1 euro a una Onlus tra Europa Donna, Dynamo Camp e Teletthon

Con il meccanismo incentive, **giocando i codici di almeno 2 categorie di prodotti differenti ottieni 1 punto omaggio** per ogni soglia premio, giocando i codici di almeno 3 categorie di prodotti diversi ottieni **2 punti omaggio** per soglia premio. Da quest'anno, acquistando almeno una referenza di tutti i 3 brand coinvolti il consumatore entra a far parte del **Club del Gusto**, con tanti vantaggi esclusivi. Ogni mese, per tutta la durata del concorso, ripetendo l'acquisto dei prodotti dei

tre brand, gli utenti parteciperanno all'estrazione di un weekend a scelta per 2 persone nelle terre di origine dei Tesori del Gusto: Parma, Modena e San Candido.

Sono previsti inoltre altri vantaggi che pubblicheremo successivamente.

Per informare i consumatori e per aiutarli nelle operazioni legate alla Raccolta Punti, abbiamo realizzato una serie di strumenti di promozione e comunicazione, quali:

- un sito dedicato www.tesorideltgusto.it;
- l'invio di decine di migliaia di newsletter al nostro data base di contatti;
- una campagna di ADV su internet;
- la realizzazione di contenuti dedicati alle Fan Page di Parmareggio e Casa Modena;
- il posizionamento dei pendolini nei Punti Vendita in prossimità dei prodotti che partecipano alla promozione.

L'obiettivo del concorso è quello di aumentare la fedeltà d'acquisto con il conseguente aumento delle rotazioni e quindi dei volumi e favorire la cross fertilization tra i prodotti, continuando a sostenere le referenze strategiche. Inoltre, potremo beneficiare dello scambio tra famiglie trattanti i prodotti GSI e Parmareggio, in modo che la fertilizzazione incrociata avvenga tra prodotti di categorie diverse, con benefici che saranno amplificati dallo strumento digitale che consente di monitorare e "sollecitare" il consumatore durante tutta la durata della raccolta.

Parmareggio a TUTTOFOOD 2015

TUTTOFOOD
MILANO WORLD FOOD EXHIBITION
FIERA MILANO MAY 3 - 6 MAGGIO 2015

Si è delineato lo stand che accoglierà i funzionari commerciali di Parmareggio ed i buyer delle principali insegne italiane ed internazionali presso **TuttoFood**, la fiera che ci vedrà coinvolti **dal 3 al 6 maggio presso Fiere Milano**. Uno stand coerente con le strutture e le grafiche Parmareggio con focalizzazione sulle gamme export, in vista dei business match e dei programmi di incoming sia di TuttoFood sia di Expo, che

avranno l'obiettivo di portare nuovi contatti ai nostri funzionari commerciali export. Novità di quest'anno: un'esposizione preferenziale della gamma Parmareggio, all'interno di teche ben visibili che delimitano il nostro spazio e l'ingresso allo stand, con l'obiettivo di posizionare sempre più al centro dell'attenzione dei passanti la nostra gamma completa.



EXPO 2015... THE FINAL COUNTDOWN!

Il countdown di Expo è ormai iniziato. Siamo a pochi giorni dal grande evento su cui sono focalizzati tutti i più importanti media mondiali. **Parmareggio parteciperà con il consorzio Italia del Gusto, e sarà presente con un ristorante gestito da Eataly, all'interno del quale i consumatori potranno degustare piatti preparati all'istante con i prodotti delle aziende partecipanti.** All'interno di questo contesto, le aziende partecipanti hanno avuto un buon momento di visibilità

durante la conferenza stampa che si è tenuta mercoledì 1 aprile presso Eataly Smeraldo a Milano (sede principale del colosso della ristorazione italiana). La conferenza stampa, tenuta dal patron di Eataly Oscar Farinetti, ha avuto come protagonisti volti noti nel mondo di Expo, come Giuseppe Sala, il commissario unico di Expo, e della televisione, come il critico d'arte Vittorio Sgarbi. Per l'occasione sono state citate anche le aziende che saranno protagoniste con Italia del Gusto, e per cui Eataly gestirà la parte operativa del ristorante. Grande visibilità dunque al marchio Parmareggio ed ai marchi delle altre 14 aziende con cui collaboreremo: AIA, Amica Chips, Auricchio, Barilla, Cirio, Negroni, Noverasco, Novi, Orogel, Ponti, Rana, Rio Mare, Santa Margherita, Simmenthal, Valfrutta, Zonin.

Con Italia del Gusto saremo presenti anche nel padiglione di Federalimentare, attraverso un percorso nel quale i visitatori potranno vivere un'emozionante viaggio nel mondo delle aziende alimentari di marca preferite dalle famiglie italiane.



WWW.PARMAREGGIO.IT cambia veste... e diventa più di un sito: una piattaforma Parmareggio!



Dal 1 Aprile il sito Parmareggio ha cambiato veste, attraverso una nuova grafica che lo ha reso più moderno e più gradevole. Con questo restyling Parmareggio ha voluto unificare i due punti di contatto (Parmareggio.it ed il sito topolini.parmareggio.it) per creare delle nuove sinergie utilizzando la parte di comunicazione più istituzionale e quella più ludica dei Topolini Parmareggio.

Il sito avrà inoltre una struttura completamente nuova, che ci permette di utilizzarlo anche come piattaforma comportamentale per gli utenti che vi si iscrivono, con una logica di comunicazione diretta al singolo utente.

La piattaforma su cui si basa il nostro sito è stata studiata al fine di poter creare una relazione continua con gli utenti iscritti, per coinvolgerli maggiormente nel mondo di Parmareggio e nelle attività che metteremo in atto.

Il nuovo sito infatti avrà una sezione dei Topolini Parmareggio molto più fruibile ed ingaggiante, dove i nostri "followers" verranno coinvolti negli insegnamenti di Emiliano sul mondo del Parmigiano Reggiano, nei giochi di Enzo e nelle ricette di Ersilia; è stata anche aggiunta una sezione per permettere agli utenti più intraprendenti di inserire le proprie ricette fatte con i prodotti Parmareggio. La nuova piattaforma

ci permetterà inoltre di ingaggiare ulteriormente gli iscritti, attraverso:

- le **nuove sezioni di couponing**, in cui gli utenti potranno essere informati direttamente sui vantaggiosi sconti sugli acquisti dei prodotti Parmareggio;
- la **possibilità di realizzare mini concorsi** e di adottare strategie "one to one", cioè ingaggiando il singolo utente in base alle sue preferenze ed ai suoi comportamenti sul sito;
- il **crowdsourcing**: coinvolgere l'utente nelle scelte aziendali (potremmo svolgere test diretti, capire in modo semplice e veloce quali sono le preferenze, svolgere questionari ed avere riscontri in merito a temi importanti... e tutto questo a costi contenuti);
- una modalità di **comunicazione** che è più **social**, grazie alla sezione dell'"ultima ora", attraverso cui gli utenti potranno avere tutte le informazioni dell'ultimo minuto relative al mondo Parmareggio.

Questo ci permetterà di conoscere meglio il nostro

consumatore "online" e di costruire pertanto strategie maggiormente mirate alla soddisfazione dell'utente finale.

Inoltre la nuova impostazione grafica ci permette di dare maggiore evidenza alle informazioni più strategiche del nostro sito: i prodotti, i concorsi e la sezione Topolini.

Sicuri dell'apprezzamento del nuovo sito, vi invitiamo a seguire le novità di Parmareggio direttamente online!



PARMAREGGIO DIVENTA MAIN SPONSOR DI MODENA VOLLEY...

PER UN FINALE DI CAMPIONATO (E NON SOLO) DA VERI INTENDITORI!!!

28

febbraio
2015

PARMAREGGIO DIVENTA MAIN SPONSOR DI MODENA VOLLEY

La notizia è stata resa nota durante la Conferenza Stampa che si è svolta presso la nostra sede: è stato siglato l'accordo che vedrà **Parmareggio main sponsor** al fianco di Modena Volley fino alla fine del campionato in corso.

Diventando main sponsor, abbiamo affiancato il nostro nome alla squadra che è diventata **PARMAREGGIO Modena Volley**, abbiamo ottenuto ulteriore visibilità sulla maglia, sulla quale già era presente il nostro simpatico Topolino impegnato in un'atletica schiacciata, e al Palasport, dove oltre alla personalizzazione di alcune zone di accesso, non mancherà Emiliano, il **Topolino Intenditore Parmareggio** in "carne ed ossa" che, ad ogni partita casalinga, si unirà al Canarone per tifare gialloblu!



21

marzo
2015



PARMAREGGIO DAY CONTRO TRENTO

Erano quasi 5000 gli spettatori che hanno partecipato al **Parmareggio Day**, organizzato al Palasport in occasione della partita **Parmareggio Modena Volley – Energy T.I. Diatec Trentino**, accolti all'ingresso da **Emiliano, Ersilia ed Enzo**, che hanno offerto a tutti il **Parmareggio Snack**.

Anche l'evento in sala hospitality, dove abbiamo proposto alcuni assaggi dei nostri prodotti, ha avuto un riscontro positivo.

Per coinvolgere ancora di più i tifosi abbiamo proposto il concorso "**Parmareggio ti regala ... premi da intenditori**". Molte persone hanno partecipato, compilando l'apposito coupon, per vincere 1 maglia di Bruno, 1 maglia di Vettori e 1 pallone autografato dai giocatori di Parmareggio Modena Volley. La premiazione del concorso è avvenuta durante la successiva partita casalinga contro Macerata. Peccato solo per il risultato che, alla fine di una partita carica di intensità e di agnismo, ha visto la vittoria dei trentini per 3-1.



8**aprile
2015**

I GIOCATORI DI PARMAREGGIO MODENA VOLLEY IN VISITA AL REPARTO PEDIATRICO DELL'OSPEDALE DI SASSUOLO, INSIEME AI VOLONTARI DI RIDERE PER VIVERE

Da anni sosteniamo i progetti di **Ridere per Vivere**, l'associazione Onlus dei clown dottori che operano nelle pediatrie dell'Ospedale di Sassuolo e al Sant'Orsola di Bologna. Ed è proprio da questa collaborazione e dalla sponsorizzazione di Modena Volley che l'8 aprile per i bambini presenti all'Ospedale di Sassuolo è stata una giornata speciale.

Una folta delegazione di **Parmareggio Modena Volley**, **Rossini, Piano, Donadio, Verhees e Casadei**, presente anche **Giuliano Carletti**, accompagnati dai **clown dottori di Ridere per Vivere**, hanno fatto visita ai bambini ricoverati nel reparto pediatrico portando un momento di serenità ai piccoli ricoverati e ricevendo in cambio sorrisi che difficilmente scorderanno.

Un grazie di cuore ai giocatori che hanno partecipato con entusiasmo a questa iniziativa, alla direzione dell'Ospedale e del Reparto e ai volontari di Ridere per Vivere, che ogni giorno portano un sorriso a chi ne ha più bisogno.



... I PROGETTI DEDICATI AI PIU' PICCOLI...

9**maggio
2015**

FESTA SCUOLA SPORT AL PARCO FERRARI



Il 9 maggio si svolgerà al Parco Ferrari di Modena la Festa, organizzata dall'Assessorato alla Sport del Comune di Modena, dedicata alle classi quinte, a chiusura del programma **Scuola Sport** delle scuole primarie. Durante la mattinata i ragazzi potranno provare tutti gli sport presentati nel corso degli anni di scuola, seguendo un percorso a stazioni.

E al fianco dei giocatori di Modena Volley che gestiranno una delle postazioni dedicate alla pallavolo, sarà presente il nostro **Topolino Emiliano**, che offrirà ai campioni in erba **L'ABC della merenda**, per ricaricarsi e ripartire con energia.

8**giugno
2015**

CENTRI ESTIVI MODENA VOLLEY

**31****luglio
2015**

E sempre **L'ABC della merenda** sarà protagonista dei break che faranno i bambini e i ragazzi che questa estate parteciperanno ai centri estivi di Modena Volley. Pallavolo, ma non solo, con i campioni e i tecnici di Modena Volley, tanto divertimento con l'opportunità di provare vari sport, sotto la supervisione di Andrea Sala.

Viva la Primavera!



MOSTRA delle
PIANTE MEDITERRANEE 04-26
Aprile 2015



*Vieni a scoprire
le PIANTE MEDITERRANEE!
Ti aspettiamo tutti i giorni dalle 9.00 alle 12.30
e dalle 15.00 alle 19.30 sabato e domenica compresi.*

8

Domenica 1° marzo un pubblico numeroso e interessato ha partecipato al Corso sulla coltivazione e la cura degli AGRUMI che si è tenuto nel nostro Garden



Le Donne in Corsa premiate anche da Parmareggio

Come sempre grande successo di partecipazione per "Donne in corsa", l'evento podistico interamente declinato al femminile che da quattro anni si svolge a Modena nell'occasione della Festa della donna. Sono state 1.160 le partecipanti che il 7 marzo hanno colorato il centro di Modena di rosa, o meglio di rosso, visto il colore dominante dell'edizione 2015 della manifestazione promossa da Uisp, Podistica Interforze, Comune di Modena e Coni. Un percorso gradevole (lungo 5,6 km da completare due volte) che ha accontentato tutte: dalle competitive impegnate nella corsa agonistica, come le Allieve dell'Accademia Militare, a mamme, figlie e nonne, che hanno attraversato le vie del Centro in una salutare camminata di gruppo non competitiva. Parmareggio ha partecipato all'iniziativa fornendo i prodotti per i premi alimentari.



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

Assemblea Ordinaria dei Soci
19 MAGGIO ore 9.00
 presso **UNA HOTEL Modena**