

Sabato 20 aprile 2024

mondo ... business

Il magazine per le imprese del territorio

Cremona - Crema - Casalmaggiore

152
2024

LA FOOD VALLEY È QUI

Agroalimentare di eccellenza, produzioni di qualità,
formazione e turismo enogastronomico fanno di Cremona
e provincia una capitale del settore

LA NOSTRA IDEA DI OLIO. SOSTENIBILE, TRACCIATO, UNICO.

Ci sono tanti modi di pensare l'olio. Il nostro è solo nostro. Per noi è qualcosa di più di una semplice passione. È un vero punto di vista.

Che sia extra vergine di oliva o di semi, per noi conta solo che la qualità di ogni prodotto che porta il nostro nome sia sempre eccellente.

Una qualità che ricerchiamo in ogni momento.

Quando selezioniamo le materie prime e non ci accontentiamo. Perché vogliamo assicurare la **sostenibilità di tutta la filiera** nel rispetto dell'ambiente e dei diritti di tutti.

Quando garantiamo la qualità dei nostri oli di oliva e di semi e ne **tracciamo la provenienza**, dal terreno alla coltivazione, dai sistemi di raccolta alla produzione. Perché ci teniamo, dall'inizio alla fine.

Quando sperimentiamo, perfezioniamo, e affidiamo ai nostri **blendmaster** la ricerca di combinazioni di gusto uniche per i nostri extra vergine. Perché fare olio può essere un'arte.

Oppure quando arriviamo in cucina, con una **gamma** così ampia di prodotti che permette a ognuno di esprimere la propria **creatività**.

Siamo fatti così.

La qualità è la nostra idea. Una qualità che nasce **dalla ricerca, dall'esperienza e dalla consapevolezza** che da sempre vogliamo condividere con i nostri clienti.

**DA OLTRE 210 ANNI,
QUESTA È LA NOSTRA IDEA DI OLIO.**

ZUCCHI
1810

zucchi.com



di Luca Puerari

Agroalimentare Un'eccellenza che fa crescere



Prodotti di qualità in cui viene esaltata la genuinità e riconosciuta l'assoluta salubrità: sono queste le carte vincenti che fanno di Cremona e dell'intero territorio provinciale la capitale di una 'nuova regione': la Food Valley. In realtà - come ricorda il professor Marco Trevisan, preside della Facoltà di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali dell'Università Cattolica - stiamo parlando di un'area della Pianura Padana un po' più ampia che comprende le province di Lodi, Piacenza, Parma.

Cremona e la sua provincia - con le peculiarità che caratterizzano produzioni tipiche nel Cremonese, nel Cremasco e nel Casalasco - ha fatto del cibo un biglietto da visita con il quale presentarsi al Paese e al mondo. Nel nostro territorio la cultura del cibo è diventata una 'mission' portata avanti con impegno e capacità di innovazione dalle tante aziende di produzione e di trasformazione che operano nel settore dell'agroalimentare, sostenuta e rafforzata da diverse eccellenze della formazione: la già citata Università Cattolica con la Facoltà di Scienze Agrarie, la Smea e i corsi magistrali 'Food processing: innovation and tradition' e 'Agricultural and food economics' e la Casearia di Pandino, un unicum in Italia, giusto per fare due esempi.

In un mercato instabile e incerto per varie ragioni - difficoltà economiche e tensioni internazionali sono le principali - una cosa è certa: i consumatori sono cambiati. Sono più attenti, si informano, vogliono sapere tutto del prodotto che vanno ad acquistare, hanno aspettative importanti non solo per quanto riguarda la qualità ma anche in tema di sostenibilità. Ecco che l'eccellenza delle filiere fa la differenza: il lattiero-caseario, le carni e i salumi, i prodotti da forno, il dolciario sono l'orgoglio della nostra terra.

Un orgoglio che si traduce in decine di migliaia di visitatori che segnano il clamoroso successo - peraltro sempre crescente - delle numerose iniziative legate al cibo e ai prodotti del territorio. Manifestazioni che diventano volano per la crescita economica del territorio e spinta decisiva per un turismo enogastronomico con numeri sempre più importanti. Gli esempi sono conosciuti da tutti: il Salone 'Il BonTà' a CremonaFiere, la Festa del Torrione, Formaggi & Sorrisi e la Festa del Salame sono alcuni degli eventi principali. Barbara Manfredini, assessore al Turismo del comune di Cremona, afferma che «i nostri prodotti ci raccontano». Ha ragione.

Una ulteriore certificazione del successo dell'agrofood arriva dai numeri, in particolare quelli dell'export. Le ultime previsioni della SACE, la società che sostiene l'internazionalizzazione delle imprese, per quanto riguarda il settore agroalimentare sono positive: le esportazioni continueranno a crescere, migliorando così il livello record di 64 miliardi di euro raggiunto nel 2023, con un aumento del 5,7% sull'anno precedente. Nel 2023, ad esempio, le esportazioni di formaggi sono salite di quasi sei punti percentuali sull'anno precedente. Anche l'export di prodotti ortofrutticoli freschi è aumentato di oltre il 9%. Insomma, c'è una crescente attenzione a livello mondiale nei confronti del 'Made in Italy' agroalimentare al quale vengono riconosciuti requisiti di gusto, qualità e sostenibilità difficilmente eguagliabili. Ma si può e si deve fare ancora di più. Ne è certo Massimiliano Giansanti, presidente di Confagricoltura, che lancia la sfida: «L'agricoltura italiana è ai primi posti in Europa per valore aggiunto. Unendo, quindi, ai punti di forza del settore industriale, la qualità e l'eccellenza delle produzioni agricole italiane, risulta evidente che il settore agroalimentare del Paese ha le potenzialità per diventare il 'numero uno' al mondo».

L'EDITORIALE



3 **Agroalimentare** *Un'eccellenza che fa crescere*

Luca Puerari

COVER STORY

6 **CANALI (CREFIS)** di L. Puerari
*L'agroalimentare provinciale
vale 855 milioni di export*

8 **GLI EVENTI FOOD** di S. Sagrestano
*«I prodotti ci raccontano»
E il turismo del cibo vola*

10 **DE CASTRO** di A. Gandolfi
*«Legame con il territorio:
le Dop trainano il made in Italy»*

12 **BEDUSCHI** di A. Arco
*L'orgoglio dell'assessore
«L'agrifood miniera d'oro»*

15 **VIRGILIO** di E. Calamari
*Cluster dell'agroalimentare
«Sono pronto alla sfida»*

17 **PORTESANI** di E. Calamari
*Asse gusto, arte e turismo
Allo studio le sinergie*

18 **GRAFFIGNA** di N. Arrigoni
*«Il cibo è uno stile di vita
I consumatori cercano garanzie»*

24 **TREVISAN** di L. Puerari
*«Formazione e tecnologia
Agrifood risorsa preziosa»*

27 **EINAUDI** di N. Arrigoni
*A scuola di enogastronomia
Una realtà in crescita*

30 **LA CASEARIA** di S. Sagrestano
*Caseificio gestito dalla scuola
Pandino è un vanto nazionale*

33 **INCHIOSTRO** di A. Arco
*Il valore del cibo
tra formazione e inclusione*

36 **BALDRIGHI** di N. Artoni
*La sfida dell'agrifood
«Cremona oggi è il meglio»*

39 **SALAMONI** di P. Cremona
*Carne: qualità e sicurezza
«Nessuno è meglio di noi»*

42 **'IL VECCHIO PIERO'**
*Con barbecue e grilling
l'altra faccia della carne*

45 **'LA BOTTEGA'**
*Che bello sedersi a tavola
nel ristorante-laboratorio liutario*

48 **ARTIGIANA PROSCIUTTI**
*Nell'azienda di Offanengo
la ricetta della qualità*

51 **MOLINO CHIZZOLI** di R. Maruti
*Nelle farine di Capergnanica
la storia della civiltà rurale*

54 **MARTINO ROSSI** di M. Ferrari
*L'agroalimentare è ricerca
innovazione e sostenibilità*

56 **WALCOR** di A. Bodini
*Nuova azienda, nuove idee
E l'eccellenza si rinnova*

58 **LA FUTURA SALUMI** di L. Ugaglia
*Da oltre 70 anni
firma il gusto e la qualità*

LA MULTIUTILITY

60

PADANIA ACQUE di Andrea Gandolfi

*Sostenibilità, buon affare
anche per le imprese*

TECNOLOGIA

63

NUOVA FRONTIERA di G. Cavallo

*L'assistente personale AGI
è l'alba di una nuova era*

LA PAROLA ALLE ASSOCIAZIONI

66

INDUSTRIALI di Dario Dolci

*Tecnoservice Imballaggi
Più fatturato, più personale*

69

INDUSTRIALI di Dario Dolci

*Euroguarco in espansione
col dinamismo dei giovani*

70

LAA di Dario Dolci

*Pane e prodotti da forno
Mezzo secolo con Bettinelli*

71

LAA di Dario Dolci

*'Le Villette'? Cucina tipica
E la scommessa è vinta*

73

LAA di Dario Dolci

*Barba e capelli da 90 anni
Quando il lavoro è passione*

74

CNA

*Maestri artigiani in vetrina
per celebrare il Made in Italy*

77

CNA

*La filiera cinematografica
e audiovisiva lancia l'allarme*



**LIBERA ASSOCIAZIONE
AGRICOLTORI CREMONESI**



152
2024

SABATO 20 APRILE 2024

78

LIBERA AGRICOLTORI di A. Arco

*Step per la competitività
con il bando innovazione*

81

LIBERA AGRICOLTORI di A. Arco

*La sfida dell'agriturismo
tra presente e futuro*

IL BAROMETRO

82

IL METEO DI MONDO BUSINESS

*Sole pieno, nuvole e pioggia
Ecco i 4 protagonisti del mese*



Associazione Industriali
Cremona



Artigiani
Imprenditori
d'Italia

Cremona



libera
associazione
artigiani

di Luca Puerari

L'agroalimentare provinciale vale 855 milioni di export

CANALI, DIRETTORE DEL CREFIS

**«La produzione del latte è un vanto
Il Grana Padana e il Provolone le punte
di diamante della trasformazione»**

La Food Valley è qui non è uno slogan ma una affermazione suffragata dai dati delle filiera di eccellenza del territorio. Cremona è una delle capitali dell'agrifood e a pieno titolo può gonfiare il petto quando si parla di filiera lattiero-casearia e delle carni lavorate. E il valore dell'export dei prodotti agroalimentari, non di molto inferiore al miliardo di euro, ne è la riprova.

Il professor **Gabriele Canali** è il fondatore e direttore del CREFIS, il Centro Ricerche Economiche sulle Filiere agroalimentari Sostenibili dell'Università Cattolica del Sacro Cuore e nessuno meglio di lui può accompagnarci nel viaggio alla scoperta dei prodotti che fanno della provincia di Cremona uno dei punti di riferimento nazionali e non solo per quanto riguarda l'agrifood.

«Cremona e il suo territorio vantano alcune eccellenze assolute in tema agroalimentare. La produzione più importante è certamente quella del latte e in particolare di quello destinato alla trasformazione in prodotti caseari. Il Grana Padana e il Provolone, due prodotti Dop, sono la punta di diamante di questa produzione».

Canali chiarisce ancora meglio l'importanza di questi prodotti che hanno un peso specifico straordinario per tutta la filiera: «In effetti è proprio così: vale la pena di ricordare che senza questi formaggi di altissima qualità il lattiero caseario nazionale risulterebbe decisamente ridimensionato perché la competitività delle nostre aziende e delle nostre filiere è determinata dal successo di queste produzioni sul mercato interno e soprattutto sul mercato estero. Questo è un dato di fondo che va considerato tanto è vero che, dopo la fine del regime delle quote nel 2015 e dopo la crisi che è seguita subito dopo per il riaggiustamento delle produzioni e dei mercati, l'Italia ha saputo reagire - e il territorio cremonese ha fatto la sua parte - grazie al fortissimo traino di queste produzioni che riescono anche oggi a trovare spazi di mercato ancora



non del tutto esplorati».

Come al solito qualche numero può aiutare per dare la misura di quello che, a tutti gli effetti, è un fenomeno. Il cuore della produzione del Grana Padano batte fortissimo nel triangolo Cremona-Brescia-Mantova: nello specifico in provincia di Cremona nel 2023 sono state prodotte poco meno di 950.000 forme di Grana Padano con un aumento rispetto all'anno precedente del 3,4%.

«I segnali positivi non mancano - afferma Canali - Il 2023, nonostante le criticità soprattutto nella prima parte dell'anno, alla fine è andato in archivio con un aumento delle produzioni, un dato che testimonia una complessiva tenuta del sistema produttivo dovuta al grande lavoro che le imprese di trasformazione riescono a fare andando alla ricerca di nuovi spazi di commercio».

Canali allarga l'orizzonte di analisi e pone l'attenzione su un altro aspetto che certifica l'importanza della filiera lattiero-casearia, motore anche per la filiera dei cereali: «Non c'è

**Nel 2023 nel territorio
sono state prodotte
950.000 forme
Un più 3,4% rispetto
all'anno precedente**



Gabriele Canali
direttore del Crefis

dubbio. La zootecnia da latte si basa anche su dati importanti di produzione delle materie prime agricole: penso all'importanza del mais e di altri cereali. Tutta questa parte della filiera funzionale alla alimentazione degli animali è trainata dal lattiero caseario».

L'altra filiera territoriale dell'agroalimentare è quella della carne, in modo particolare la carne suina.

«Cremona è una realtà molto importante e i numeri parlano chiaro», spiega Canali. «In provincia di Cremona sono allevati circa un milione e 200mila capi, pari al 22% del totale della Lombardia; inoltre nella nostra provincia avviene il 38% delle macellazioni di tutta la regione: il dato è riferito ai suini grassi che sono poi quelli destinati alle filiere dei prosciutti Dop e degli altri prodotti Dop e Igp del nostro Paese. Il 40% della produzione lombarda equivale al 12% di quella nazionale. Anche in questo caso, come per il Grana Padano, l'eccellenza della produzione dei prosciutti Dop garantisce dei margini a tutta la filiera suinicola che sta attraversando momenti non



facili e che se dovesse basarsi solo sui suini piccoli da carne sarebbe notevolmente ridimensionata».

Tra le filiere agricole è giusto ricordare quella del pomodoro d'industria. «In provincia di Cremona la produzione di pomodoro è tradizionale anche se non tra le più importanti dal punto di vista della quantità: resta il fatto che il sistema cremonese, sia di produzione agricola che di trasformazione, garantisce una buona redditività ed è perfettamente integrato con quello del Nord-Italia. Non dimentichiamo - aggiunge Canali - che il pomodoro da industria è un prodotto per il quale l'Italia è il primo esportatore al mondo e Cremona fa la sua parte».

Alla luce delle osservazioni del professor Canali appare evidente come in generale i prodotti Dop e Igp, formaggi o salumi che sia - quelli che eccellono nella qualità - funzionino da sostegno alle rispettive filiere. «Il tema delle produzioni Dop - Grana Padano, Provolone Val Padana e prosciutti - merita una ulteriore sottolineatura», chiarisce il direttore del Crefis. «Per questi prodotti Dop è necessario che almeno il 50% delle materie prime alimentari provenga dai rispettivi comprensori produttivi. Questo è un fattore rilevante che lega i prodotti al territorio, qualifica la filiera produttiva e al tempo stesso contribuisce a garantire una maggiore redditività legata al fatto che c'è una valorizzazione a valle della filiera».

Allargando l'orizzonte ai mercati internazionali le produzioni Dop e l'agroalimentare in generale vantano dati export molto interessanti. «Nel corso del 2023 la provincia di Cremona ha esportato prodotti agroalimentari per 855 milioni di euro con un leggero arretramento rispetto al 2022 che peraltro era stato un anno record. Si tratta comunque di un valore molto rilevante. Complessivamente - conclude Canali - possiamo affermare che il sistema territoriale sta andando molto bene: le filiere provinciali hanno confermato numeri importanti e la Lombardia, nel suo complesso, lo scorso anno ha messo a segno un incremento delle esportazioni del 7,2%».

di Stefano Sagrestano



Folla in centro a Cremona per la Festa del torrone



Uno degli stand al 'Il Bontà'

«I prodotti ci raccontano» E il turismo del cibo vola

IL FOOD TRAINO VINCENTE

*Il Salone il Bontà, la Festa del torrone
Formaggi & Sorrisi, le Feste del salame
a Cremona e Crema: grandi successi*

Le filiere e le eccellenze gastronomiche provinciali, un traino per il turismo, in grado di richiamare ogni volta visitatori anche da fuori. Accade in città, ma anche nel resto del territorio. Tra le prime iniziative dell'anno in corso c'è stato Il Bontà, salone del gusto che anche per questo 2024 non ha tradito le attese. Un modo per celebrare la produzione e il saper fare nell'agroalimentare. La manifestazione si è spostata all'inizio anno arricchendo le proposte del comparto di CremonaFiere e fungendo da driver per le iniziative dell'anno in corso in particolare sul tema dell'enogastronomia con il coinvolgimento delle aziende del territorio che raccontano lo sviluppo e la ricerca tra nuove sfide e sostenibilità condotte anche da realtà accademiche come il Cremona food Lab, polo tecnologico per le imprese del settore agroalimentare dell'Università Cattolica. L'annata in città è proseguita in centro storico con l'iniziativa Formaggi & Sorrisi la scorsa settimana, giunta alla quarta edizione con un numero di presenze importante grazie ai promotori Consorzio Grana Padano e Provolone Valpa-



Formaggi & Sorrisi della settimana scorsa

dana. Dal latte, al burro, ai formaggi freschi e stagionati, dalle produzioni locali a quelle nazionali: una girandola di gusti accompagnata dalle nostre mostarde. Restando sempre in città a ottobre sarà la volta della Festa del salame, giunta alla sesta edizione. Confermata la presenza di produttori artigianali, aziende agricole e imprese. «Ci saranno poi espositori da tutta Italia e si sfideranno agriturismi e aziende pronti a raccontare il saper fare delle loro imprese e a proporre degustazioni e vendita» anticipa l'assessore al Turismo **Barbara Manfredini**. La festa del Torrone quest'anno celebrerà la 27ª edizione, sostenuta dalle aziende produttrici del territorio e dagli enti promotori Comune e CCIAA. Il numero dei visitatori è in continuo aumento tanto da consolidare la manifestazione per nove giorni. Il torrone è diventato un prodotto per tutte le



La Festa del salame a Cremona



La Festa del salame cremasco

Le manifestazioni richiamano decine di migliaia di persone attratte dal gusto ma anche curiose di scoprire le bellezze artistiche e paesaggistiche del territorio



Barbara Manfredini



Franco Bordo

stagioni dal dolce al tortello. I turisti lo sanno bene e tornano a visitare Cremona e il suo territorio senza mancare di acquistare il dolce della tradizione cremonese ricordando le nozze di Bianca Maria Visconti e Francesco Sforza. «Tutte queste iniziative confermano i prodotti tipici come attrattori turistici – aggiunge Manfredini –: i prodotti raccontano il nostro territorio, la tradizione agricola, l'evoluzione e le tecniche di trasformazione, sono veri e propri ambasciatori del nostro saper fare nell'agroalimentare. La città e il territorio ne giovano, così come gli operatori del turismo dalla ricettività alla ristorazione, ai pubblici esercizi, ai negozi, senza contare le visite ai monumenti, ai musei, nei parchi e lungo il fiume Po». A Crema questo fine settimana si celebra la seconda edizione della festa del salame, novità introdotta l'anno scorso dal Co-

mune, con il primo premio vinto dal produttore Monaci e il primo premio della giuria popolare da Bertesago. Sono 44 gli espositori presenti quest'anno, un incremento del 37%. Ad agosto ci sarà come tradizione la festa del tortello dolce in piazza Moro, per occupare la settimana centrale del mese. Tra gli altri appuntamenti gastronomici di richiamo dell'annata, vedranno la manifestazione settembrina dedicata alla torta Bertolina, tipico dolce a base di uva. «Come amministrazione riteniamo che il potenziamento dell'attività di marketing territoriale e di promozione turistica della città possa avvenire solo se gestito in maniera coordinata e pienamente integrata», sottolinea l'assessore al Commercio di Crema **Franco Bordo**. «Per questo siamo impegnati a sviluppare sinergie e spazi di collaborazione con le attività economiche, per la realizzazione di eventi culturali e aggregativi, che di tipo gastronomico. In collaborazione con la Pro loco e le Associazioni di categoria, stiamo lavorando per migliorare l'attrattività del territorio attraverso la promozione di tali iniziative, in parte riproponendo e rilanciando quelle già radicate e conosciute, ma anche guardando al futuro, con nuove, moderne e coinvolgenti proposte. In questo contesto, abbiamo scelto di puntare su eventi dove i servizi food e beverage giocano una partita importante. Tra questi, quelli volti a valorizzare il cibo buono, di qualità, dando ampio spazio ai nostri prodotti tipici e artigianali, con l'utilizzo anche di nuovi strumenti come la DeCo (denominazione comunale), stanno dimostrando che si possono ottenere risultati interessanti al servizio delle nostre attività locali, commerciali e produttive».

Anche il Casalsasco fa la sua parte. Da poco si è celebrata la festa dello street food e anche quest'anno non mancherà un grande classico: la Sagra del cotechino e Blisgòn (tortello di zucca locale) dall'1 al 5 novembre. Grazie anche a questa manifestazione della Pro loco, il Blisgòn è stato riconosciuto come prodotto di Denominazione comunale nel 2010. Insieme al tortello, la Pro loco propone anche il cotechino, tipico piatto invernale. La sagra è inserita nella Fiera di San Carlo e propone nel menù altri piatti dal sapore autunnale.

di Andrea Gandolfi



«Grande qualità e legame con il territorio: così le Dop trainano il made in Italy»

PAOLO DE CASTRO

L'europarlamentare del Pd, tre volte ministro dell'Agricoltura: «Il nuovo regolamento Ue una grande occasione»

Parlare di 'Food Valley' significa porre l'attenzione sulle «capacità competitive dell'Italia, del suo made in Italy agroalimentare e del suo export in continua crescita; a loro volta sempre più strettamente connessi ad una forte distintività, organolettica ma anche narrativa. Perché i nostri prodotti di eccellenza portano con sé storie, tradizioni e profondi legami con il territorio». Tre mandati da europarlamentare (incluso quello che si sta concludendo) e tre volte ministro dell'agricoltura (nei governi D'Alema e Prodi), Paolo De Castro riserva uno sguardo molto critico alla possibile avanzata dei cibi 'sintetici'. «Produzioni sulle quali si andrebbero a confrontare capacità competitive che non hanno nulla a che fare con ciò che qualifica i nostri punti di forza, e con la robusta crescita di tutto il sistema

della 'Dop economy'. Un sistema rafforzato dal regolamento comunitario approvato da poco», del quale lo stesso De Castro è stato relatore; firmandone l'11 aprile, insieme alla presidente dell'Europarlamento Roberta Metsola, l'ultimo atto prima della pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale Ue. «Sono contento di avere concluso questa legislatura con un atto così importante: occasione straordinaria per rafforzare tutto il comparto dei prodotti certificati (Dop, Igp, Stg), e per dare ulteriore visibilità a quella 'Dop economy' che vale 20 miliardi ed è un po' il fiore all'occhiello del made in Italy agroalimentare».

E l'appel dei prodotti nazionali continua ad aumentare, trainato proprio «dalla certezza che sono italiani». Uno snodo cruciale, sul quale si innesta «la battaglia che da tempo stiamo facendo per arrivare ad un sistema di etichettatura garante del vero made in Italy nei confronti dei consumatori. Bisogna evitare che pomodori cinesi diventino conserve italiane, facendo una concorrenza sleale ai nostri prodotti. Su questo tema sono stati compiuti molti passi avanti, ma non c'è ancora una norma precisa che metta in trasparenza il sistema alimentare europeo. Una delle battaglie della prossima legislatura sarà sicuramente questa».

Sulla capacità competitiva del comparto, specie in una prospettiva internazionale, pesa però il tema dimensionale. «L'agroalimentare si confronta a valle con il mondo del retail e della



Paolo De Castro
europarlamentare
del Partito
democratico

**«Le imprese
hanno bisogno
di una forte
organizzazione
commerciale
comune»**

**«Ai produttori
serve una
remunerazione
adeguata
per aumentare
l'offerta»**

grande distribuzione, che hanno ormai assunto dimensioni commerciali molto significative. Per relazionarsi con loro occorrono quindi adeguati strumenti di organizzazione commerciale, che mettano insieme i produttori. I 'piccoli' non hanno nessuna speranza di poterlo fare da soli», e la frammentazione si paga a caro prezzo. «È il caso del settore ortofrutticolo fresco italiano, la cui polverizzazione ferma a 5 miliardi l'export che in Spagna è tre volte superiore. Non certo per motivi di qualità, ma - appunto - per il valore aggiunto portato da una forte organizzazione commerciale. Un modello ben recepito in Italia dai grandi consorzi delle mele e delle pere, che permettono a tutti i produttori aderenti di porre in essere strategie condivise».

Il problema non è infatti generalizzato. «Il comparto dei salumi è abbastanza ben gestito, come quello dei formaggi: è il caso del Grana Padano, del Parmigiano Reggiano e del Gorgonzola. Produzioni legate da un marchio collettivo e da consorzi che ormai dispongono di vere e proprie 'portaerei' (con miliardi di euro al consumo) e riescono a pagare il latte agli allevatori in modo significativamente superiore rispetto a quanto avviene per quello spot. A tutto questo va aggiunta la straordinaria capacità dei nostri imprenditori di valorizzare i prodotti, in un Paese piccolo e con 3/4 del territorio coperto da montagne e colline che ha toccato i 62,3 miliardi di export agroalimen-

tare».

«C'è ancora molto da fare e possiamo continuare a crescere; valorizzando i prodotti dell'agricoltura attraverso contratti di filiera, capaci di assicurare all'industria di trasformazione forniture garantite di qualità, ed agli agricoltori sbocchi certi sul mercato ad un prezzo ugualmente garantito. Oggi è più che mai centrale il tema dei prezzi remunerativi, tali da spingere gli agricoltori ad aumentare le produzioni, non abbandonandosi all'importazione di beni che spesso non hanno gli stessi standard qualitativi dei nostri». Dunque, l'aggregazione. «Che non significa necessariamente crescita dimensionale, quanto piuttosto grandi dimensioni commerciali anche a servizio di molte piccole imprese. Lungo la strada indicata da Consorzi di tutela, associazioni, cooperative e non solo».

Quanto al suo futuro politico, De Castro attende «con serenità» le scelte del Pd su una sua eventuale ricandidatura. «Ho dato la mia disponibilità, accetterò le decisioni che verranno. Ho una cattedra universitaria a Bologna; alla politica per l'agricoltura ho dedicato gran parte della mia vita, dando e ricevendo molto. È comunque fondamentale che chi va a Bruxelles abbia competenze e professionalità specifiche, oltre alla capacità di creare consenso. Non ci si improvvisa, e senza le capacità necessarie non si vincono le battaglie che servono alle nostre imprese».

di Andrea Arco

L'orgoglio di Beduschi «L'agrifood miniera d'oro»

L'ASSESSORE REGIONALE

«Qui l'agricoltura offre performance superiori alla media nazionale e garantisce cibo di alta qualità»

Agrifood: miniera d'oro del Cremonese e gioiello nazionale. Ma, soprattutto, orgoglio regionale. Gli occhi di Milano, infatti, sono puntati sul Torrazzo. Il perché lo spiegano i dati. L'assessore all'Agricoltura **Alessandro Beduschi**: «Nonostante un contesto ancora segnato da incertezze, anche a causa di fattori climatici che influenzano l'agricoltura, in Lombardia si mantengono performance superiori alla media nazionale. Questo settore continua quindi a garantire cibo di alta qualità e la Regione Lombardia si impegna a sostenerlo in modo costante anche a Cremona che, dati alla mano – certifica –, si conferma con il suo territorio un pilastro del sistema rurale lombardo».

Le consegne di latte in Lombardia continuano a crescere anno dopo anno, e nel primo semestre 2023 risultano superiori dello 0,5% rispetto al primo semestre 2022, contrariamente al dato nazionale. Sempre restando nel quadro generale: quello strutturale della zootecnia lombarda, che continua a rappresentare il punto di forza della produzione regionale di beni agricoli, appare robusto. Le dimensioni medie degli allevamenti sono elevate e in costante crescita: oltre 100 bovini nel complesso, oltre 106 vacche da latte con una produttività media quasi pari a 11 mila kg. di latte annui per bovina, circa 1.500 suini, oltre 21.000 capi avicoli per ogni struttura.

«Tuttavia – analizza l'assessore regionale – nei prossimi anni si renderanno necessari forti investimenti anche in questo settore, soprattutto finalizzati a ridurre gli effetti indesiderati sull'ambiente, quali le emissioni di ammoniaca in atmosfera e l'eccesso di nitrati nelle acque. Cremona si conferma leader per il settore primario lombardo, con 3.555 imprese registrate, oltre il 14% del totale delle imprese».



Alessandro Beduschi, assessore regionale all'Agricoltura

Le consegne di latte in Lombardia crescono anno dopo anno Cremona e il suo territorio si confermano un pilastro del sistema rurale lombardo»



Nero su bianco, la vocazione zootecnica lombarda è confermata dai dati delle consistenze zootecniche e delle produzioni realizzate nel corso del 2022. La Lombardia ha un peso preponderante nel comparto suinicolo (50,7% delle consistenze e 52,6% delle produzioni) e in quello del latte vaccino (31,2% del patrimonio e 44,9% della produzione); significative appaiono anche le quote di carne bovina (24,7%), di pollame (18,7%), di uova (16,9%) e di miele (11,5%). A Cremona i dati parlano di oltre l'82% di superficie agricola sul totale del territorio. Si tratta del valore più alto della Lombardia. Al contempo, però, anche del 23,4% di imprese under 35. E torna dunque l'atavico discorso legato al problema di ricambio generazionale su cui bisogna fare ragionamenti mirati, ormai irrinunciabili.

Sempre restando sui numeri dedicati all'Agrifood: a Cremona spettano 61 milioni di pagamenti diretti dalla PAC, il 16% del totale lombardo. «La provincia di Cremona, che

I numeri raccontano un successo L'export dell'agroalimentare cremonese vale quasi 900 milioni di euro ed è cresciuto di quasi 150 milioni tra il 2021 e il 2022

per lungo tempo è stata il fanalino di coda della distribuzione alimentare lombarda, da qualche anno ha iniziato un trend positivo significativo, che nel 2022 è cresciuto di un ulteriore 2,7% - commenta a tal proposito Beduschi -. E inoltre le imprese lombarde partecipano agli scambi nazionali di lattiero-caseari per il 33% del valore delle importazioni e il 35,3% di quello delle esportazioni. Cremona contribuisce per il 17,1 %».

Con riferimento al totale dei prodotti agro-alimentari, solo le province di Bergamo e Cremona, già da diversi anni, e Lecco dal 2018, evidenziano un saldo agro-alimentare attivo pari, rispettivamente, a 251, 84 e 150 milioni di euro. L'export agroalimentare cremonese vale 894 milioni di euro ed è cresciuto di quasi 150 milioni tra il 2021 e il 2022. Andando più a fondo: le province di Brescia, Mantova, Cremona, Bergamo e Pavia rappresentano l'81% del totale della produzione della branca dell'agricoltura dell'intera regione e le stesse province producono il 78% del valore aggiunto ai prezzi di base dell'intera agricoltura regionale. Con 4.500 occupati agricoli, qui la vocazione è sensibilmente superiore alla media regionale e costituisce l'8,1% del totale. Infine: Brescia, Cremona e Mantova sono le province con la più elevata produzione agricola in regione e sono anche quelle che presentano la maggiore consistenza del credito agrario.

«Il comparto agroalimentare della Lombardia dimostra ancora una volta la sua notevole capacità di adattamento alle sfide e ai mutamenti globali che interessano ogni aspetto dell'economia da diversi anni. Le imprese locali hanno saputo rispondere con successo a una situazione complessa, implementando strategie diverse per fronteggiare problemi congiunturali, come l'incremento dei costi di produzione e le sfide legate alla fornitura, e adeguandosi ai cambiamenti nelle abitudini alimentari degli italiani - commenta l'assessore -. Stiamo entrando nel vivo della nuova programmazione europea con oltre 800 milioni di euro a disposizione e queste risorse dovranno essere utilizzate con saggezza per consentire alle aziende di competere, puntando alla sostenibilità non solo ambientale, ma anche economica e sociale. I prossimi 175 milioni di euro della Pac - chiosa - sono la prima grande occasione per investire sulla competitività e promuovere una ristrutturazione competitiva e sostenibile degli asset aziendali degli agricoltori».



SCEGLI BOLLETTA DIGITALE



ECOLOGICA

Rispetta l'ambiente,
riduce il consumo di carta
e le emissioni di CO₂



SMART

La consulti sempre,
dove e quando vuoi
anche dal tuo smartphone



PUNTUALE

La ricevi via e-mail
senza dover attendere
i tempi di spedizione

**Attiva il servizio gratuito di Padania Acque per ricevere
la tua bolletta digitale dell'acqua via e-mail**



Inquadra il QR Code dal tuo smartphone
e compila il modulo online

oppure

invia una e-mail a bollettadigitale@padania-acque.it

e se sei registrato allo Sportello online sul sito sol.padania-acque.it
puoi richiedere subito la tua bolletta digitale!

di Elisa Calamari

Cluster dell'agroalimentare Virgilio lancia la sua sfida

CREMONA AL VOTO (centrosinistra)

«Avanti tutta con la formazione unica strada che porta all'eccellenza Il cibo di qualità chiave per il turismo»

Avanti tutta con la formazione, che favorisca anche l'orientamento e l'inserimento lavorativo dei giovani, con l'ulteriore valorizzazione delle eccellenze anche in chiave turistica. In tema agrifood questa è la 'ricetta' di **Andrea Virgilio**, attuale vicesindaco di Cremona e candidato alla fascia tricolore per il centrosinistra. «Ad oggi sono nati progetti tra università e imprese volti al sostegno della ricerca, all'innovazione di prodotti e processi, nonché all'inserimento lavorativo - spiega -. Progetti sostenuti con fondi pubblici e privati, definiti attraverso diversi protocolli e convenzioni. Sono percorsi che vedono il Comune protagonista e regia pubblica nella costruzione di relazioni di sistema e che hanno origine nel 2014 con il progetto Cremona Food Lab. La nascita delle Agorà delle imprese ha reso possibile il coinvolgimento di aziende e giovani in percorsi di innovazione. Nel futuro si dovrà investire ancora di più nello sviluppo di questo sistema virtuoso. Credo molto nel percorso intrapreso dallo Zaf Innovation Center e in una formazione orientata agli operatori del settore, sia in ambito zootecnico e agricolo, sia in quello della trasformazione. Le sfide che abbiamo di fronte sono innanzitutto quelle della transizione ecologica: dobbiamo sostenere le nostre filiere produttive in questi processi di cambiamento. L'altra sfida è quella del cluster agroalimentare che prevede un'alleanza con altri territori, come Lodi e Mantova».

Quanto all'influenza dell'agroalimentare sul turismo, Vir-

gilio non ha dubbi: «Il buon cibo rappresenta un'attrattiva fondamentale, fungendo da potente veicolo per raccontare storia, cultura di un territorio e radicamento delle imprese che ne sono protagoniste. Quando si parla di imprese, il nostro compito è quello di valorizzarle a tutti i livelli. Uno strumento utile potrà essere la Dmo (Destination Management Organization) per l'informazione ai turisti, il loro accompagnamento, la gestione di strumenti e attività legate all'attrattività, lo studio dei flussi e della domanda. È necessario rafforzare il legame di alcune manifestazioni fieristiche con città e imprese locali, promuovendo un'integrazione che porti a ricadute ancora più significative su ristorazione e su capacità ricettiva. Cremona si è affermata attraverso eventi rilevanti, dalla Festa del Torrone a quella del salame e della mostarda, fino ai formaggi. Oltre a queste, ritengo che la Giornata del Latte possa avere ampi margini di crescita».



Andrea Virgilio, candidato sindaco del centrosinistra

Secondo Virgilio ci sono settori che meriterebbero ulteriore attenzione, come quello dei prodotti da forno dove «operano aziende eccezionali, veri esempi di imprenditorialità virtuosa». Poi i prodotti nati dal rapporto tra aziende, università, centri di ricerca, Comune e Camera di commercio: «Insieme hanno saputo dare risposte in linea con le esigenze di un territorio che vede nell'invecchiamento della sua popolazione una caratteristica distintiva. Penso ad esempio a Cremona Food Lab, che ha sviluppato nuovi prodotti e iniziative rivolti agli anziani, inaugurando così una frontiera promettente che potrebbe anche ispirare una nuova manifestazione fieristica».

Parlando di programma elettorale, Virgilio sottolinea che è necessario evitare la frammentazione, puntando alla creazione di un autentico brand per la città universitaria. «Inoltre è fondamentale promuovere una formazione continua», sottolinea. Infine il fiume: «Dobbiamo sfruttare i benefici di alleanze territoriali ormai consolidate, le tradizioni agroalimentari sono numerose e possono essere esaltate attraverso eventi. Mi piacerebbe - una delle sue proposte - vedere la realizzazione di un Festival del Po».



Dal 1951 Esperienza, Passione e Continuità



100% CARNE ITALIANA

“Selezionare le migliori carni italiane fresche per trasformarle in prodotti di eccellenza dal sapore inconfondibile”

La Futura Salumi S.r.l.

Via delle Arti - 26010 SALVIROLA (CR) - Tel. 0373-780115

www.lafuturasalumi.it



La Futura Salumi -



la_futura_salumi

Il Vero Salame Cremasco

di Elisa Calamari

Asse gusto, arte e turismo Portesani studia le sinergie

CREMONA AL VOTO (centrodestra)
**«Potenziare la formazione e la ricerca
universitaria per una filiera
agroalimentare sempre più forte»**

Agricoltura e investimenti nel digitale, turismo enogastronomico e iniziative che abbinino gusto, arte, musica: punta su questo il candidato sindaco del centrodestra a Cremona **Alessandro Portesani**. In quanto a formazione e ricerca universitaria, spiega che sono cruciali, «ancora di più in ambito agricolo, comparto cardine della nostra economia». Quindi continua: «La città da questo punto di vista già ospita un importante istituto secondario, corsi e master di elevatissima specializzazione sotto l'egida dell'Università Cattolica. Noi siamo pronti a fornire sempre più sostegno alle istituzioni universitarie. Sia che si tratti di materie legate a marketing, sia di tematiche tecnologiche e digitali. Sappiamo bene che il successo futuro dell'agricoltura passerà infatti attraverso figure professionali che sappiano gestire digitalmente le imprese, facendo funzionare la robotica con droni e sensori in campo. Siamo pronti a investire nella diffusione delle nuove tecnologie. Ma soprattutto ci impegnano nel rafforzare la connessione tra i centri d'eccellenza della ricerca universitaria, pubblico ed esigenze delle imprese».

In merito all'influenza della filiera agroalimentare sul turismo, Portesani premette: «Si inserisce il tema della crescita della competitività e della redditività del settore agricolo, per evitare l'abbandono dei territori. È utile creare dei percorsi che traccino la nascita e la crescita di un prodotto, proponendoli al mondo del turismo che ora chiede proprio l'experience: la possibilità di toccare con mano, di fare espe-

rienza diretta con la realtà, soprattutto quella agricola, bio e naturale. Gustare i sapori, assaporare le essenze, incontrare chi tiene viva la nostra campagna. Penso al latte, al miele, a tutte quelle realtà che pazientemente, ogni giorno, propongono il cibo vero, quello non sintetico. Ecco, credo che si debba partire da qui per organizzare tour nelle aziende agricole o nelle realtà dove si produce buon cibo. Nel 2023 il turismo enogastronomico ha generato 30 miliardi di euro in Italia».

Per valorizzare ulteriormente le eccellenze locali, Portesani pensa appunto ad eventi che possano abbinare gusto, arte e turismo. Tendenza in crescita - sottolinea - secondo il 'Rapporto sul turismo enogastronomico italiano'. «Credo che Cremona riesca a unire tutto ciò in una consonanza perfetta. Al di là del torrone, che ormai da decenni ha un suo percorso particolare, penso alla mostarda. Ha un carico di storia incredibile, che affonda nelle corti principesche dell'antica pianura padana. Veniva servita nei grandi banchetti, ac-

compagnata da musicisti. E con la mostarda c'è tutta la storia delle spezie, che arrivavano via Po dalla Serenissima. Sullo stesso rapporto si parla di un'attenzione alta del turista anche per i caseifici: penso che latte, formaggi e derivati siano sempre da potenziare. Sono l'oro bianco di queste terre».

Parlando di programma elettorale, Portesani rilancia: «Servono più alberi, più attività forestali innovative. Tutto questo porta a un minore inquinamento. Voglio prospettare un incremento e una gestione corretta del verde urbano, letteralmente abbandonato in questi ultimi dieci anni. A fronte di questo va aperto un canale, ad esempio, con l'Ente regionale per i servizi

all'agricoltura, che consenta ai Comuni operazioni di riforestazione. A ciò va aggiunto lo sviluppo del commercio di piante e fiori. Servono assolutamente iniziative specifiche per creare aree verdi, utilizzando piante autoctone». E conclude: «Basta consumo di suolo, basta cementificazione. Sono gli agricoltori, infatti, a poter ripristinare gli agrosistemi mantenendo il suolo fertile per la produzione di cibo».



Alessandro Portesani, candidato sindaco del centrodestra

di Nicola Arrigoni

«Il cibo è uno stile di vita Le denominazioni Dop e Igp sono segnali di garanzia»

GRAFFIGNA, PSICOLOGA DEI CONSUMI

«Tutto si lega all'investimento che stiamo facendo nei confronti del food cui affidiamo anche la nostra identità»

Prodotti Dop e Igp, filiere agroalimentari controllate e normate come garanzia di qualità dei prodotti: La cultura alimentare e la consapevolezza dei consumatori sono cresciute, l'attenzione alla salubrità dei cibi è un fenomeno interessante e in crescita. Sondare la psicologia dei consumatori è importante per conoscere e avere consapevolezza dei meccanismi di scelta messi in atto per tarare la produzione dei prodotti sulle attese, ma anche per intervenire al fine di correggere comportamenti che possono essere dannosi alla salute. A spiegare le strategie di scelta dei consumatori nel campo dell'agrifood è **Guendalina Graffigna**, professore Ordinario di Psicologia dei Consumi e della Salute presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza e Cremona e Direttore del Centro di Ricerca EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center.

«Le denominazioni Dop e Igp sono per il consumatore segnali di garanzia, sono sigle che magari non si sanno spiegare ma che nell'immaginario dei consumatori rappresentano una garanzia di genuinità, di cibi controllati e sicuri – afferma – Detto questo, non bisogna dare per scontato la conoscenza l'effettiva caratteristica dei processi che portano alle diverse denominazioni oppure alle caratteristiche dell'etichettatura. Ma ciò che andiamo cercando, spesso e volentieri, è una rassicurazione testata sulla genuinità dei prodotti che scegliamo».

Come leggere questa attenzione cresciuta sull'origine dei prodotti e le garanzie di qualità?



**La cultura dell'alimentazione e una maggiore consapevolezza dei consumatori sono cresciute
L'attenzione alla salubrità dei cibi è un fenomeno in crescita**



Guendalina Graffigna docente di Psicologia dei Consumi e della Salute all'Università Cattolica di Piacenza e Cremona

«In generale gli adulti scelgono prodotti che appartengono alla tradizione e a un passato anche personale che coniuga gli alimenti alla loro salubrità e genuinità. I giovani invece sono maggiormente concentrati sulla sostenibilità»

«Tutto si lega al sempre maggior investimento che stiamo facendo nei confronti del food, cui affidiamo anche la nostra identità, i nostri stili di vita, la possibilità di distinguerci e caratterizzarci per particolari scelte alimentari. Saper mangiare bene e sano, spesso, testimonia o segnala una cultura alimentare più raffinata e, a volte, uno status sociale».

Che tipo di consumatore tiene presente nelle sue scelte le denominazioni di origine piuttosto che le caratteristiche delle filiere alimentari di eccellenza?

«Solitamente tali scelte investono consumatori adulti, con un livello socio-culturale medio alto e con buona capacità di spesa. Dop e Igp rappresentano le garanzie di offrire, nell'immaginario del consumatore, alimenti che appartengono alla tradizione e quindi a un passato, anche personale, che coniuga gli alimenti alla loro salubrità e genuinità».

E invece le fasce più giovani di consumatori che mettono in atto?

«L'attenzione dei giovani è maggiormente concentrata sulla sostenibilità dei prodotti, sull'impatto che la loro produzione può avere sull'ambiente. Scelgono o escludono alcune categorie di prodotti in base all'impatto ambientale

e alla loro sostenibilità».

Quanto queste scelte possono essere considerate scelte consapevoli e adeguatamente informate?

«Difficile dirlo, ma certo le scelte che il nostro cervello mette in atto quotidianamente, sono fatte attraverso scorciatoie rassicuranti, scorciatoie mentali euristiche che ci permettono di mettere in atto una media di 10mila decisioni prese in un giorno. Questo per dare un ordine di grandezza, all'interno delle quali si pone anche la decisione di che cibo mangiare o acquistare».

Qual è la predisposizione nella scelta dei cibi?

«A monte c'è sempre una sorta di attitudine erotica, la ricerca o la possibilità di concedersi un piacere. E dopotutto a questo puntano le campagne di marketing, presentare prodotti che sollecitino e poi appaghino un piacere. Le emozioni hanno un ruolo determinante in ogni scelta, anche quando ci mettiamo nella condizione di voler agire razionalmente».

Agire razionalmente vuol dire tenere conto dei processi produttivi, della qualità delle materie prime e alla fin fine delle diverse denominazioni di origine protetta e affini?

«La scelta dei prodotti con le diverse etichettature alla fine



Metallizzato argento, vernice opaca + lucida UV
 rilievo a secco



Stampa a caldo con rilievo in contemporanea



Bassorilievo



Vernice opaca + lucida + rilievo a secco



Metallizzato + goffratura + rilievo a secco

PROGETTAZIONE
 PRESTAMPA
 STAMPA OFFSET UV
 STAMPA A CALDO
 RILIEVO
 FUSTELLATURA
 PIEGAINCOLLATURA

Via Falagrate, 2 • 26029 SONCINO (CR) ITALY
 Tel. +39 037485187 • Fax +39 037483289
 E-mail: info@artigrafichemoretti.com



«Alla base della scelta del cibo c'è la voglia di concedersi un piacere: le emozioni hanno un ruolo determinante»

«Le politiche di marketing hanno l'obiettivo di persuaderci a fare una scelta anche al di là dei nostri effettivi desideri o bisogni»

diventa una scelta euristica, una rassicurante scorciatoia. Ci affidiamo emotivamente e razionalmente alle diverse definizioni di origine protetta o controllata perché ci rassicurano, ci danno la certezza che stiamo facendo la scelta giusta per il nostro piacere e, perché no?, per la nostra salute».

E in tutto questo la politica del marketing che spazio ha?

«Le politiche di marketing hanno l'obiettivo di persuaderci a fare una scelta, anche al di là dei nostri effettivi desideri o bisogni. Una buona campagna di marketing ci induce ad acquistare qualcosa che magari non avremmo mai comprato. Sollecita la nostra curiosità, crea un desiderio. In questo senso anche l'utilizzo delle etichettature può essere uno strumento per avvicinarci a un prodotto, mettendone in evidenza le caratteristiche di qualità e genuinità che ci rassicurano in termini di salubrità dell'alimento e non solo sulla sua intrinseca unicità».

L'investimento che si sta facendo sul food non è solo legato alla necessità di nutrirsi. Il cibo è diventato un'attrazione turistica. Per limitarci a Cremona basta pensare alle feste monoprodotto dedicate a torrone, salame e formaggi. Cosa ne pensa?

«I fattori in campo sono molteplici e differenti. Il cibo rappresenta sempre più un investimento di carattere emotivo oltre che di sostentamento. Il cibo permette di definire la nostra appartenenza alla comunità, individua un territorio, è l'unicità che permette di promuovere il luogo in cui abitiamo e di cui andiamo fieri. In una parola il cibo ha assunto sempre più una valenza simbolica identitaria, non è solo un prodotto che ci dà piacere, che ci nutre, ma diventa una sorta di specchio di chi siamo, delle nostre origini, dell'appartenenza condivisa a tavola alla comunità. Il valore psicologico del cibo è sempre più forte e importante».

Una importanza che si nota anche nella tendenza a po-

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



ISO 14001
BUREAU VERITAS
Certification



AIFOS
Associazione Italiana Formatori ed
Operatori della Sicurezza sul Lavoro



AMBIENTE



SICUREZZA
SUL LAVORO



CERTIFICAZIONI
UNI, EN, ISO



IGIENE
ALIMENTARE



INCARICHI
PROFESSIONALI

**LA PRESENZA PROATTIVA NEL NOSTRO
SISTEMA AMBIENTALE TRANSITA
DALLA CONSAPEVOLE
E PUNTUALE
GESTIONE DEI
PROCESSI
CHE LO
TUTELANO**



CO.GE.RI. AMBIENTE



ecoCremona

sicurezza sul lavoro • formazione • igiene alimenti HACCP • ambiente

CREMONA Via della vecchia Dogana 32

☎ 0372 747294 - 0372 21942

cogeriambiente.it



Un momento dell'edizione 2023 della Festa del salame

stare sui social ciò che si mangia?

«Parlare di cibo come destinazione turistica permette di mostrare all'esterno quelle che sono le caratteristiche culinarie e culturali di un territorio che si vuole unico, facendo riferimento a un'identità condivisa. Postare sui social ciò che si mangia è come definire ciò che siamo, come raccontare o mostrare la nostra identità».

Eppure, social a parte, ciò che sembra promettere l'esperienza degli alimenti Igp, Dop, Doc è qualcosa di concreto, è un viaggio fatto di sapori, gusti, odori degli alimenti in dialogo con i luoghi in cui vengono prodotti.

«È così, a fronte di una crescente digitalizzazione della nostra vita, di una dematerializzazione delle nostre esperienze, il turismo enogastronomico ci fa ritrovare il piacere di essere e vivere i luoghi in presenza – diremmo con terminologia postpandemica – attivando tutti i sensi e facendo un'esperienza di contatto fisico e prossimità che ci viene venduta come unica e irripetibile perché mediata dal nostro essere presenti con il corpo e con tutti e cinque i sensi. A questo aspetto si affianca la rassicurazione psicologica che le varie certificazioni possono dare alla nostra psiche, rafforzando la nostra scelta e soddisfacendo il nostro desiderio di man-

giar bene, assicurarsi da cibi sicuri e non nocivi per la nostra salute».

In questo contesto si pone la neonata laurea magistrale presso il Campus Santa Monica, Consumer Behaviour: Psychology Applied to Food, Health and Environment?

«Ciò che si è voluto attivare è un percorso che a fianco di quelli più strettamente tecnici legati all'agroalimentare, piuttosto che al food dell'offerta accademica della Cattolica, potesse indagare e fare ricerca sugli aspetti psicologici legati al cibo, alla salute e all'ambiente, un tritico sempre più strettamente connesso nell'assunzione dei comportamenti di consumo. L'aver portato un corso della facoltà di psicologia della Cattolica a Cremona e averne individuato la declinazione rispetto allo specifico dell'offerta in scienze alimentari e agrarie nasce dalla consapevolezza che la conoscenza dei meccanismi psicologici può essere uno strumento importante non solo per il marketing, ma anche per indirizzare le scelte dei consumatori in una direzione di salubrità e sostenibilità».

E dove mettere in atto questa rivoluzione del comportamento se non nella food valley della Pianura Padana.

«Il turismo enogastronomico è un'esperienza che ci fa ritrovare il piacere di essere e vivere i luoghi in presenza attivando tutti i sensi»

di Luca Puerari

«Formazione e tecnologia Agrifood risorsa preziosa»

L'UNIVERSITÀ CATTOLICA

Marco Trevisan, preside della Facoltà di Scienze Agrarie: «I nostri studenti tecnologi alimentari e manager»

Il pianeta dell'agroalimentare visto dalla cattedra di un'aula universitaria. È questo il senso del contributo che abbiamo chiesto a **Marco Trevisan**, Preside della Facoltà di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali dell'Università Cattolica. Un mondo, quello delle Scienze agrarie e dell'agri-food, che negli ultimi decenni è cambiato molto, che ha subito trasformazioni tecnologiche importanti e che ha messo al centro, quasi come una 'mission', qualità e sostenibilità.

Quest'anno ricorrono i 40 anni della Smea, l'Alta scuola di Management ed Economia agro-alimentare: come è cambiato in questi decenni il percorso delle scienze agrarie?

«Sono stati fatti passi da gigante, soprattutto sull'utilizzo delle tecnologie di informazione e di automazione. Però è chiaro che i problemi legati all'agricoltura, presenti quando la Smea nacque, sono a tutt'oggi di attualità».

A cosa fa riferimento?

«In realtà è cambiato il contesto nel quale si va a produrre ma i problemi di fondo, quelli legati alla redditività delle aziende agricole, sono ancora sul tappeto. La situazione è chiara: abbiamo un mercato globale dei prodotti agricoli ma non dobbiamo dimenticarci che questo mercato, proprio perché globale, è soggetto a repentine restrizioni e cambiamenti. Basta vedere il caso della guerra fra Russia e Ucraina o altre problematiche legate alle crescenti tensioni internazionali. È fondamentale cercare di mantenere una buona redditività delle nostre aziende agricole anche per l'economia del Paese».

Tra le ragioni che hanno portato allo sviluppo del polo cremonese accanto alla Smea è stato il tema delle biotecnologie con la creazione del centro di ricerca biotecnologiche Crb.

«Vero e si tratta di un aspetto particolarmente sviluppato a Cremona. Anche qui sono stati fatti passi in avanti importanti



Marco Trevisan, preside della Facoltà di Scienze Agrarie Alimentari e Ambientali

perché c'è stato una sorta di oscurantismo che per una ventina d'anni ha bloccato lo sviluppo degli OGM, gli organismi geneticamente modificati. Oggi, con l'evolversi delle tecnologie e non utilizzando geni esterni all'organismo che si va a trattare ma semplicemente modificando il corredo genetico proprio - come già viene fatto anche in medicina - anche in agricoltura si va verso un pieno sviluppo. L'ateneo di Cremona anche in questo campo era ed è uno dei centri di eccellenza».

Quali sono le caratteristiche del percorso di formazione triennale attivo a Cremona e come dialoga con Piacenza?

«A Cremona abbiamo una laurea triennale in Scienze e Tecnologie Alimentari che è molto simile a quella di Piacenza anche se ha alcune peculiarità proprie del territorio che sono soprattutto i prodotti da forno e i dolci. Inoltre, ovviamente, in tutte e due le sedi è dedicata particolare attenzione alla filiera lattiero-casearia che è il punto di forza della nostra facoltà. Ci

«È cambiato il contesto nel quale si va a produrre ma i problemi di fondo del Primario, penso alla redditività delle aziende agricole sono rimasti ancora sul tappeto»

Spesso si pensa che l'agricoltura sia inquinante: questo è un falso. In realtà produce il cibo di qualità che arriva sulle nostre tavole e salvaguarda il territorio

tengo a sottolineare che la Cattolica ha investito fortemente sulla sede di Cremona, soprattutto grazie al contributo della Fondazione Arvedi-Buschini che ha ristrutturato il complesso di Santa Monica, ma anche spostando tutte le lauree magistrali in lingua inglese su Cremona. E sempre qui abbiamo attivato in collaborazione con la facoltà di Psicologia un corso di laurea sui comportamenti dei consumatori. Un aspetto cruciale, soprattutto in prospettiva, stante l'invecchiamento della popolazione: conoscere l'attitudine e le scelte di alimentazione dei consumatori è molto importante».

Un corso innovativo che fa della sede di Cremona della Cattolica quasi un unicum.

«Non c'è dubbio. Siamo la prima facoltà di Agraria in Italia e probabilmente una delle prime al mondo che ha abbinato studi di Psicologia dei consumi con le Scienze agrarie».

Quanto l'interesse crescente delle aziende e dei consumatori sul tema del food ha contribuito a implementare l'offerta accademica della Cattolica?

«L'attenzione ai cosiddetti stakeholder è fondamentale. Più che sui consumatori le nostre scelte sono orientate dai rapporti con il mondo produttivo. Riteniamo che uno dei compiti principali dell'università sia quello di formare giovani che poi vadano a occupare i quadri dirigenziali delle aziende di produzione e di trasformazione del mondo agroalimentare. Nel corso degli anni abbiamo orientato e cambiato la nostra offerta accademica tenendo nella giusta considerazione le esigenze del mercato ma sempre senza dimenticare un punto di forza della nostra facoltà che è una formazione di base solida che permetta ai nostri laureati di essere trasversali e interdisciplinari. Potrei dire così: se si diventa troppo specialistici quando si entra nel mondo del lavoro è più difficile riuscire a riciclarsi nel caso in cui arrivino offerte da altre parti».

Nell'assetto della formazione della Cattolica risulta fondamentale il rapporto con il territorio, potremmo dire con la 'food valley' cremonese. Che tipologia di interscambio mettete in atto con le realtà produttive e di trasformazione provinciali?

«Abbiamo creato un contamination lab che si chiama Agorà. Poi abbiamo dei comitati di indirizzo dei diversi corsi di studio che coinvolgono il mondo produttivo e che orientano le scelte che andremo a fare nella didattica. Come si vede si tratta di un

rapporto stretto al quale si devono aggiungere le ricerche che vengono commissionate dalle aziende».

I corsi magistrali 'Food processing: innovation and tradition' e 'Agricultural and food economics' a quali studenti si rivolgono? E quali sono i profili professionali al termine del percorso universitario?

«Per quanto riguarda Food processing sono dei tecnologi alimentari: sono profili di persone che hanno avuto una formazione internazionale il cui sbocco naturale è nelle multinazionali. Sono laureati che hanno studiato in lingua inglese e avendo avuto la possibilità di fare un double degree con l'università francese di Isara e Lione la loro vocazione è chiaramente internazionale. Sono figure molto richieste che trovano lavoro in tempi rapidissimi. Per quanto concerne 'Agricultural and food economics' la situazione è leggermente diversa: l'80% degli studenti provengono da università diverse e il 50% arriva da percorsi triennali non nel settore agroalimentare. Gli studenti che frequentano questo corso hanno una preparazione di tipo economico e diventeranno i futuri manager delle aziende del settore agroalimentare. Anche questo corso di studio prevede classi internazionali e una doppia possibilità di double degree: un programma AFEPa con le università di Bonn in Germania, di Uppsala in Svezia e di Louvain in Belgio o ancora un degree specifico con l'università di Wageningen in Olanda».

Guardando allo sviluppo del territorio in termini di crescita quale ruolo può avere il food?

«Un ruolo molto importante. E lo dicono i numeri: oggi l'export dei prodotti agrifood - in particolare i formaggi e ovviamente Cremona con il Grana Padano fa la parte del leone - rappresentano una grande fetta delle esportazioni. Se poi aggiungiamo tutte le altre eccellenze del territorio - penso al lattiero-caseario, al comparto dei prodotti da forno, al dolciario, alla filiera della carne, al pomodoro - sicuramente abbiamo un quadro chiaro: tutti questi elementi sono un driver eccezionale per lo sviluppo economico di tutta la provincia».

E allora quale strada si deve percorrere per potenziare ulteriormente l'eccellenza dell'agri-food?

«Forse sono di parte ma ritengo che investire nell'agrifood e proteggerne il valore sia la strada da seguire. A tal proposito non dimenticherei un altro aspetto che spesso viene dimenticato o addirittura male interpretato dall'opinione pubblica: gli agricoltori sono i custodi del territorio perché un agricoltore che vuole produrre dei prodotti di qualità deve mantenere in ottimo stato i suoi campi e il suo territorio. Spesso, nell'immaginario collettivo, a causa di mistificazioni fatte alle volte anche in modo sospetto, si pensa che l'agricoltura sia inquinante. È un falso: l'agricoltura produce cibo di qualità che arriva sulle nostre tavole e salvaguarda il territorio».

Il nostro impegno per la sostenibilità l'abbiamo messo nero su bianco. E su verde

**Bilancio di
sostenibilità 2023,
il primo passo
verso un futuro
di benessere
condiviso.**



di Nicola Arrigoni

A scuola di enogastronomia L'Einaudi realtà in crescita



UN DIPLOMA SUPER RICHIESTO

La preside Ferrari: «I nostri studenti maturano competenze tecniche economiche e giuridiche solide»

Chi si mette a posto il cappello da chef, chi si sistema il papillon della divisa da addetto di sala. Sono sorridenti, professionali, concentrati: ai fornelli come fra i tavoli. Sono gli studenti del corso di enogastronomia e ospitalità alberghiera dell'Einaudi. «In tutto frequentano i corsi 262 studenti di cui 121 al biennio per un totale di tre sezioni e 141 al triennio - spiega la preside **Nicoletta Ferrari** -. Abbiamo poi un corso serale che per ora può vantare una ventina di iscritti». La passione per il food, la valorizzazione della figura

degli chef, ormai assoluti protagonisti dello showbusiness hanno rappresentato uno straordinario motivo di rilancio delle professioni legate all'enogastronomia e alla ristorazione: «Ma non basta il battage mediatico, poi le famiglie che iscrivono i loro figli si aspettano una spendibilità reale sul territorio - continua la dirigente -. Il diplomato dei servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera ha competenze tecniche, economiche e giuridiche della filiera dell'enogastronomia e dell'ospitalità. È in grado di gestire e commercializzare servizi di ristorazione. È in grado di valorizzare e promuovere le tradizioni locali, nazionali e internazionali individuando le nuove tendenze di filiera. Non da ultimo i nostri diplomati sono in grado di applicare le normative vigenti, nazionali e internazionali, in fatto di sicurezza, trasparenza e tracciabilità dei prodotti oltre che curare l'organizzazione di eventi».

Tutto ciò trova una sua pratica quotidiana non solo nelle ore di lezione teoriche o di laboratorio, ma anche nelle occasioni che gli studenti hanno di mettersi alla prova

LA QUALITÀ A PREZZO DI FABBRICA

VASTA GAMMA DI MODELLI E TESSUTI



Tende da sole

- ✓ TECNOLOGIA INNOVATIVA
- ✓ OTTIMA ESTETICA
- ✓ MASSIMO COMFORT
- ✓ LUNGA DURATA

GARANZIA 15 ANNI



DETRAZIONI FISCALI

50%

**Possibilità di
PAGAMENTI RATEALI**

Chiama per un preventivo gratuito e personalizzato

0373•65674

visita il nostro show room a **MADIGNANO** Via E. Mattei
commerciale@iemmesrl.it - www.iemmesrl.it

Aperti dal lunedì al venerdì dalle 8.00 alle 12.00 e dalle 13.30 alle 18.00 - Sabato dalle 9.00 alle 12.00



I diplomati sono ricercatissimi: dal territorio arrivano richieste che superano di molto il numero di studenti che escono in un anno Il food è una garanzia di futuro e di lavoro

grazie alle collaborazioni che la scuola ha in essere con gli enti della città: «La collaborazione con CremonaFiere, gli enti locali e del territorio, la Camera di Commercio, Forze dell'ordine, l'AVIS, la Prefettura, solo per fare qualche esempio, permette ai nostri ragazzi di mettersi alla prova in situazioni ufficiali - spiega la vicepresidente **Federica Gaboardi** -. A questo si aggiungano gli incontri con esperti che si organizzano nell'arco dell'anno, un modo per avere contatti diretti con i professionisti del settore. I nostri studenti hanno avuto modo di dialogare a distanza con Antonino Cannavacciuolo, di incontrare Carlo Petrini, fondatore di Slow Food, oppure confrontarsi con lo chef Riccardo Carnevali per trattare l'uso di tecnologie informatiche nell'ambito dell'enogastronomia. Sono solo queste alcune delle iniziative messe in atto durante l'anno».

A guidare i ragazzi sono **Giuseppe Micocci**, **Christian Fusco**, **Massimiliano Ruscelli** e **Dionisi Zoppi** che li dirigono in cucina come in sala perché tutto funzioni nei pranzi ufficiali della scuola, come nelle esercitazioni.

«I ragazzi sono chiamati a mettersi alla prova, i nostri compiti in classe sono piatti da preparare e poi gustare,

non è male - afferma Micocci -. Nei giorni scorsi hanno incontrato lo chef Carmine Migliaro, uno dei nostri primi diplomati, che dopo dieci anni di ristoranti stellati si è messo in proprio. Le esperienze di Pcto in ristoranti o realtà alberghiere, gli stage estivi sono tasselli del curriculum dei nostri ragazzi».

«Gli sbocchi professionali sono diversi. Il diplomato dei servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera può assumere compiti operativi nei settori sala e cucina in aziende di produzione pasti, ristorazione tradizionale, collettiva e ristorazione a livello nazionale e internazionale - spiega Dionisi Zoppi -. Non sono preclusi gli sbocchi universitari presso le facoltà di scienze gastronomiche, presso la Scuola internazionale di Alma Cucina, oppure presso il corso di specializzazione CAST Alimenti, scuola di cucina di Brescia e il corso di alta specializzazione Boscolo Etoile Academy di Chioggia». «Una cosa è certa: i nostri ragazzi sono ricercatissimi. Dalle realtà del territorio ci arrivano richieste che superano di molto il numero di diplomati che escono in un anno. Il food è ancora una garanzia di futuro e di lavoro».

di Stefano Sagrestano

Caseificio gestito dalla scuola Pandino è un vanto nazionale

LA CASEARIA È UN UNICUM

Grazie a una didattica laboratoriale gli studenti sviluppano le competenze per diventare agrotecnici preparati

Sulla breccia dal 1954: 70 anni di storia in cui sono stati formati migliaia di tecnici della lavorazione del latte e che hanno permesso alla Casearia di Pandino di diventare un unicum nel panorama nazionale, essendo la sola realtà formativa del settore in cui il caseificio è gestito direttamente dalla scuola. È proprio quello lo spazio in cui gli studenti, attraverso una didattica laboratoriale consolidata, sviluppano le competenze che faranno di loro agrotecnici preparati.

Nella struttura, completamente attrezzata, gli allievi eseguono esercitazioni pratiche di trasformazione del latte in numerosi prodotti caseari, che vengono curati anche durante l'eventuale periodo di stagionatura e successivamente posti in vendita. Completano l'offerta formativa laboratori di chimica e microbiologia per le analisi del latte e derivati. Gli allievi provengono da numerose regioni d'Italia e, grazie alla presenza di un nuovo collegio a due passi dall'istituto, gli studenti fuori sede alloggiano e studiano, con l'assistenza costante di personale educativo dipendente dal Miur. Centro di eccellenza per il patrimonio di conoscenze e la dotazione di laboratori, costituisce un'importante risorsa per valorizzare il comparto alimentare del latte nel nostro territorio. Il tutto sotto l'egida dell'agrario Stanga di Cremona, guidato dalla dirigente **Roberta Di Paolantonio**.

«La nostra scuola offre ai diplomati l'opportunità di scegliere se continuare gli studi universitari, praticare la libera professione, lavorare presso caseifici o aziende del settore, oppure intraprendere un'attività autonoma di trasformazione del latte – sottolinea la direttrice **Carla Bertazzoli** –: per questi motivi ha grandi potenzialità, soprattutto per la facilità con la quale gli allievi, terminato il ciclo di studi, trovano collocamento nel mondo del lavoro».

Non è un mistero che gli studenti di quinta siano già tutti 'prenotati' da caseifici e altre aziende alimentari. Nei decenni



l'istituto si è ovviamente evoluto. Oggi il corso di studi fornisce il diploma di 'Tecnico per l'agricoltura e lo sviluppo rurale' c'è un raccordo col mondo del lavoro, attraverso la pratica dell'alternanza, degli stage, di differenti modalità di sinergia con aziende, istituzioni, enti, associazioni, realtà pubbliche e private presenti sul territorio ed a livello nazionale. Ma è sempre la Scuola Casearia, punto di riferimento per quanto riguarda la formazione di professionisti del settore lattiero-caseario ed agroalimentare.

«Siamo oggi come ieri, un luogo formativo in grado di unire la solida tradizione del saper fare, all'apertura alle nuove tecnologie didattiche legate alla multimedialità, nella convinzione condivisa che la vocazione originaria dell'Istituto vada pro-

Ormai non è più un mistero che gli studenti di quinta siano già tutti 'prenotati' da caseifici e altre aziende alimentari



La dirigente dell'istituto agrario Stanga di Cremona **Roberta Di Paolantonio** e alcuni momenti dell'attività didattica



Gli allievi provengono da diverse regioni d'Italia e possono alloggiare in un nuovo college a due passi dall'istituto

gressivamente arricchita e aggiornata», aggiunge Bertazzoli. Uno degli ultimi esempi di interazione con l'esterno è stato il corso sulle proprietà microbiologiche del latte, la sua lavorazione, in particolare la produzione di formaggi freschi, a pasta filata, stagionati e erborinati. Docente **Giovanni Marchesi**, che per anni è stato direttore responsabile del caseificio didattico della scuola di via Bovis, e oggi è uno dei massimi esperti e docenti del settore lattiero caseario. Marchesi è tornato volentieri a Pandino e in maniera gratuita. Ad ascoltarlo anche alcuni docenti della scuola che non hanno voluto perdere l'occasione di aggiornare le proprie competenze. Sette gli incontri con cadenza settimanale tenuti da Marchesi, della durata di circa due ore ciascuno. Tra le ultime novità in produzione in via Bovis, c'è 'Nebbia in Valpadana': un erborinato a muffa bianca. Anche qui c'è il fondamentale confronto con l'esterno, con la collaborazione di un ex studente, **Enea Segala**, professionalmente impegnato in un polo biotech.

Altra novità di quest'anno scolastico è l'avvio del corso quadriennale, con 16 studenti iscritti. Una Casearia diventata pionieristica nel seguire le orme delle scuole superiori europee. Gli iscritti otterranno il diploma di maturità alla fine della quarta. Potranno così entrare prima nel mondo del lavoro – il fabbisogno di tecnici nel settore agroalimentare è spasmodico –, ma anche proseguire con gli studi universitari o di alta specializzazione. Nonostante l'anno in meno, non viene comunque meno il monte ore curricolare e non viene sacrificato il raggiungimento degli obiettivi didattici. Nessuno sconto, ma se mai un modo nuovo di fare scuola, investendo nello specifico su metodologie innovative e sulla qualità dell'insegnamento, più che sulla quantità. E mentre gli studenti accrescono le loro competenze, vanno avanti spediti i cantieri finanziati dalla Provincia nell'ambito del Pnrr: l'adeguamento antisismico della Casearia, le aule sono momentaneamente nelle ex medie pandinesi, ma anche del caseificio. Verifiche sul convitto.



LAZZARIGROUP



Jeep



La concessionaria **LAZZARI S.P.A.** ti aspetta per aiutarti a trovare l'auto dei tuoi sogni.

Abbiamo una **vasta gamma di auto nuove, in pronta consegna o km 0**,
e un'ampia offerta di **auto usate** a condizioni vantaggiose.

Il nostro staff ti aiuterà, con **competenza e cortesia**, a trovare l'auto ideale
e a scegliere un piano di **finanziamento su misura** per le tue esigenze.

Puoi prenotare un test drive e ottenere la **miglior valutazione del tuo usato**.

La nostra cura del cliente continua dopo l'acquisto.

Nel reparto assistenza, troverai **personale altamente qualificato** e pezzi di ricambio originali
per garantirti un servizio di **manutenzione veloce e affidabile**.



PANDINO (CR) - S.S. Bergamina
Tel. 0373 90320 - 90550 - pandino@lazzarispaspa.it
www.lazzari-fcagroup.it

di Andrea Arco



Inchiostro, il valore del cibo tra formazione e inclusione

COOPERATIVA SOCIALE A SONCINO

Alessio Gatta, dirigente scolastico:

«Il nostro obiettivo è lavorare non solo 'con' ma anche 'per' le persone»

Cibo significa gusto. Ma anche relax, piacere, cultura, lavoro ed economia. E istruzione? Certo. Ma anche inclusione? Probabilmente. Anzi, a conti fatti sì. Dall'agri-food ai banchi di scuola, in via Galantino a Soncino, è un passo. Anzi, un centimetro. Perché nel chiostro cinquecentesco di Santa Maria delle Grazie non esiste il chilometro, ma il 'centimetro zero': gli studenti coltivano, studiano, cucinano e servono tutto quello che nasce nel loro orto. Ma di cosa si parla? Nello specifico: InChiostro è una Cooperativa Sociale di tipo A e B attiva nei settori della formazione professionale, delle scuole dell'infanzia/nido e dell'inclusione lavorativa. «In comune hanno una mission: l'unicità di ogni

persona e il riconoscimento del suo diritto a percorsi educativi, formativi e lavorativi personalizzati. Tutto ciò - commenta il dirigente scolastico **Alessio Gatta** - scommettendo sulla capacità di una comunità di dar vita a processi di trasformazione generativa, per affermare la necessità di fare le cose in un certo modo, lavorando non solo 'con' ma anche 'per' le persone. Costruendo alleanze per il valore condiviso tra eccellenze aziendali, amministrazioni lungimiranti, buone pratiche di innovazione sociale e comunità di cittadini; trasformando i 'nuovi vuoti' in imprese che ce la fanno e che aiutano a farcela, in luoghi generatori di speranza, lavoro, cultura, welfare, cittadinanza, creando coalizioni di soggetti che vogliono mettersi insieme per sperimentare innovazioni capaci di andare oltre - aggiunge - 'il solito modo di fare la cose', provando a fare il salto da testimonianza a proposta eco-sistemica. Che poi è come dire da tentativo a sperimentazione e quindi a modello».

In concreto: il cibo cremonese e l'agricoltura che ne sta alla base, ha creato a Soncino una scuola rinomata in tutta Italia (e premiata perfino in Senato). Ci studiano centinaia di futuri chef, maitre e agricoltori. Vengono da ogni angolo della Lombardia. E sono sia normodotati che diversamente abili. Più precisamente: come ente di formazione, InChiostro gestisce



Parola d'ordine: flessibilità.

socar STILL



a Soncino dal 2017 tre trienni di formazione professionale (cucina, sala e agricolo), un triennio personalizzato disabili in cucina, due quarti anni di diploma (Tecnico di cucina e Tecnico di sala-bar) e organizza corsi di formazione continua per realtà scolastiche, socio-educative e formative per aziende del settore della ristorazione e per aziende del settore agricolo. Attualmente, la rete degli stage conta più di 200 aziende lombarde e nazionali che ospitano gli allievi ogni anno. Gli studenti di Inchiostro vivono la loro giornata di scuola interamente immersi in una vera realtà produttiva (più che simulata) che offre servizi ristorativi ed in questo modo apprendono e perfezionano le competenze necessarie a 'essere assunti'. La gestione quotidiana di un ristorante didattico (che fa anche catering e gastronomia), di un bar didattico e di un orto didattico mette gli studenti in contatto costante con clienti veri e propri che, in questo modo, contribuiscono alla formazione umana e professionale degli studenti coinvolti. Da settembre 2019, il ristorante cura anche la mensa locale delle elementari e dell'asilo. Ogni giorno gli studenti producono circa 300 pasti,

**Nel chiostro di S. Maria
delle Grazie
gli studenti coltivano
studiano, cucinano
e servono in tavola
tutto quello che nasce
nel loro orto
Ogni giorno preparano
oltre trecento pasti**

per i quali elaborano anche approfonditi studi e ricercati accostamenti di materie prime. E non è finita qui: attraverso il progetto 'Dittatrapasta' Inchiostro gestisce un laboratorio di produzione di pasta fresca e ripiena, attivo a Orzinuovi dal 9 aprile 2022, sia come spazio di scuola-impresa dell'ente di formazione che per la presa in carico di lavoratori svantaggiati e ABreak, un food truck, che, visitando quotidianamente le diverse sedi aziendali di AB, unisce scuola e azienda col cibo. Come se non bastasse, da settembre 2023 le scuole dell'infanzia di Inchiostro mettono in atto un nuovo progetto educativo, ispirato al Metodo Reggio Emilia. E, anche in questo caso, spiega Gatta: «Il centro di tutto l'agire è la persona, attraverso un radicale cambiamento di prospettiva: da un approccio incentrato sull'insegnamento a quello che si focalizza sull'apprendimento dei bambini e dei ragazzi come individuo sociale, sui loro processi di conoscenza del sapere, partendo dalla consapevolezza che hanno in sé tutte le potenzialità per svilupparsi, incontrando ambienti occasioni di esplorazione ed espressione ma anche linguaggi diversi».

di Nicola Artoni



Lo storico stabilimento della Plac a Persico Dosimo
A destra i prodotti: il Provolone e il Grana Padano



Baldrighi e la sfida agrifood «Cremona oggi è il meglio»

GUIDA DI PLAC FATTORIE CREMONA
**«Non dobbiamo nasconderci: qui
la zootecnia da latte e la suinicoltura
toccano vette di assoluta eccellenza»**

Disquisire di agricoltura e di prospettive del settore primario è sempre facile quando l'interlocutore è una figura del calibro di **Cesare Baldrighi**. Cremonese doc (è nato a Grumello Cremonese nel 1959), Baldrighi fin dal principio è stato legato al mondo agricolo. Dal 1989 al 1992 è stato presidente dell'Anga di Cremona, mentre dal 1999 al 2020 ha ricoperto la carica di presidente del Consorzio tutela Grana Padano. Oggi è il numero uno di Origin Italia, l'associazione che riunisce i Consorzi di Tutela dei prodotti agroalimentari DOP IGP, e soprattutto di Plac-Fattorie Cremona, realtà cooperativa attualmente quarta produttrice nazionale di Grana Padano.

Un punto di riferimento per il mondo agricolo dunque,

emblema di un territorio, quello cremonese, sempre più al centro dell'agroalimentare nazionale: «Non dobbiamo nasconderci – spiega Baldrighi – Cremona oggi rappresenta il meglio che l'agrifood può esprimere. Possiamo dire in un certo senso che la Food Valley è qui, senza dimenticare che siamo in Lombardia. Nella nostra regione non ci sono solo meccanica e industria, siamo la realtà agricola più importante d'Italia, e tra le più importanti d'Europa. Qui la zootecnia da latte e la suinicoltura toccano vette di assoluta eccellenza».

E proprio sul valore che si diffonde su tutto il territorio Baldrighi insiste particolarmente, in qualità di presidente di Origin Italia: «C'è un valore importante che segna la differenza dal punto di vista socio-ambientale: cooperazione infatti significa economia del territorio, difesa di una tradizione produttiva che si tramanda di generazione in generazione e sviluppo all'interno delle varie comunità di una certa modalità di relazionarsi e interfacciarsi. Senza dimenticare naturalmente l'aspetto economico, dato che possiamo contare su lavoro e reddito anche in zone lontane dai grandi centri urbani. Ci sono insomma aspetti di carattere sociale e culturale molto rilevanti, che abbiamo il dovere e il privilegio di difendere e valorizzare al meglio». E il concetto di 'difesa dei valori' assume ancora più importanza alla luce del contesto geopolitico attuale. Lo



La realtà cooperativa che ha sede a Persico Dosimo e che di recente ha compiuto 90 anni è la quarta produttrice nazionale di Grana Padano e la terza di Provolone

dotato il Consorzio, come il piano produttivo, che consente di assegnare un anno per l'altro le quote produttive ai vari caseifici, in relazione all'andamento dei mercati».

L'altro binario è quello del mercato generico delle commodities, che secondo Baldrighi «è fortemente influenzato dagli squilibri mondiali. Ci sono diverse difficoltà, anche un Paese importante come la Cina ha visto la sua economia rallentare ultimamente. Era diventato importatore di derivati dall'Europa, ma in seguito alla crescita della sua produzione interna e al calo della domanda, ora la situazione si è calmata».

Cosa aspettarsi dal futuro dunque? «Non sono affatto pessimista – rassicura Baldrighi – il nostro mercato agroalimentare ha tutte le caratteristiche per reggere all'urto e rilanciarsi. Si sta affacciando però un problema diffuso in tutte le economie, quello legato al reperimento di una manodopera sempre più diversificata e specializzata. In un comparto come la zootecnia da latte, la cosa sta condizionando le produzioni, non solo in Italia, ma in tutta Europa».

Anche sulle proteste degli agricoltori in tutta Europa Baldrighi ha un'idea precisa: «I prezzi delle materie prime si sono allineati, mentre i costi di produzione sono rimasti alti. Se a ciò uniamo una riforma della Pac totalmente demagogica, fatta da persone che non hanno minimamente compreso le ricadute concrete sulle aziende, capiamo il perché siano saltati i nervi ai produttori. L'Europa stavolta ha totalmente sbagliato».

Ma Baldrighi è anche, e soprattutto, presidente della Plac (Produttori latte associati Cremona), società cooperativa che riunisce 75 stalle tra Cremona, Brescia e Mantova: «A novembre abbiamo compiuto 90 anni – spiega – e siamo fieri di cosa siamo diventati. Disponiamo di due caseifici, uno per il Grana e il Provolone, e uno solo dedicato al Grana. Il fatturato 2023 è stato di 150 milioni di euro, dei quali il 20% derivante dall'export. Con 1,8 milioni di quintali di latte raccolto, siamo il quarto produttore nazionale di Grana Padano e il terzo di Provolone».

Cesare Baldrighi
presidente
di Origin
Italia
e di Plac
Fattorie
Cremona



scoppio del conflitto tra Russia e Ucraina, e ora le grandi tensioni in Medio Oriente, hanno completamente sconvolto i mercati: «Per quanto riguarda il settore lattiero-caseario, viaggiamo su un doppio binario. Il primo è quello delle Dop, con il Grana Padano in testa, che stanno ottenendo performance molto positive. Il Grana Padano cresce ogni anno come quantitativi prodotti, anche nel 2023 abbiamo chiuso a +5% rispetto all'anno precedente. Il mercato tiene bene, anche come valori di esportazione. Tutto ciò per merito anche degli strumenti di cui si è

DREBI srl

IL NOSTRO
STAFF

PORTIAMO LA FAMIGLIA A CASA TUA

*Il Servizio di Consegna a Domicilio
che Ti Semplifica la Vita*

Siamo una piccola azienda fondata sull'importanza della famiglia. Negli ultimi dieci anni, ci siamo impegnati a essere il pilastro della tua assistenza quotidiana, sapendo che la famiglia è al centro di tutto ciò che facciamo.

La nostra missione è stata sempre chiara: essere leader nel servizio, nel prezzo e nell'assistenza. Crescendo nel tempo, abbiamo affrontato sfide umanitarie senza precedenti, come quella della pandemia da COVID-19. In quei momenti difficili, abbiamo deciso di fare la differenza, lanciandoci nell'avventura della consegna a domicilio.

Da allora, la consegna a domicilio è diventata il cuore pulsante della nostra azienda, offrendo un servizio su misura. Ci concentriamo principalmente sugli anziani e sulle persone con disabilità, alleviando il peso delle incombenze quotidiane. Ma non ci fermiamo qui: il nostro servizio è pensato per tutte le età e tutte le famiglie, in un mondo dove il tempo è un lusso sempre più raro.

Con noi, puoi dire addio alle pesanti borse della spesa e goderti il comfort di ricevere tutto a casa tua. Ma non è solo comodità: ci preoccupiamo anche dell'ambiente, riducendo l'uso delle auto e favorendo il riciclo con bottiglie di vetro.

Siamo un'azienda giovane con grandi ambizioni, attivi nelle aree del Cremonese, del Lodigiano, della Brianza e molto altro ancora. Non ci limitiamo alla consegna a domicilio: collaboriamo anche con aziende, bar, ristoranti e catering.

E non dimenticare che hai anche l'opzione di ritirare di persona presso il nostro magazzino, dove il nostro servizio potrebbe sorprenderti con nuove possibilità.

Recentemente, abbiamo investito tempo e risorse per offrirti ancora di più: serviamo feste private e pubbliche con noleggio di attrezzature e assistenza continua. Così, potrai organizzare la tua festa senza preoccupazioni, sapendo che abbiamo tutto ciò di cui hai bisogno, sempre disponibile.

Scegli la comodità, scegli la qualità, scegli la famiglia. Scegli la nostra consegna a domicilio.



Tel. 346.2778122



CONSEGNA A DOMICILIO GRATUITA
ABITAZIONI PRIVATE - COMUNITÀ - BAR - RISTORANTI
UFFICI - ALBERGHI - CATERING - AZIENDE

📍 drebi_beverfood_
✉ drebibeverfood@gmail.com

di Pierluigi Cremona

Carne: qualità e sicurezza «Nessuno è meglio di noi»

SALOMONI (SERVIZI ZOOTECNICI)
**«Qui controlli all'avanguardia
grazie a un sistema veterinario pubblico
importante e al rispetto delle norme»**

Una carne sempre più controllata e un mondo dell'agricoltura in prima fila a tutela del benessere animale e per la qualità dei prodotti che finiranno sulle tavole dei consumatori. Il focus sulla situazione del comparto viene fornito da **Paolo Salomoni**, presidente del Consorzio dei servizi zootecnici di Cremona.

Dal produttore al trasformatore: è il primo anello della filiera della carne. Quali sono gli aspetti di maggior difficoltà e quali le cose che un consumatore dovrebbe conoscere su questa fase?

«Sicuramente il consumatore deve sapere che gli agricoltori non sono degli speculatori. Nascono e vivono a stretto contatto con la propria mandria; rispettano quelle che sono le normative che ci vengono calate dall'alto. Si lavora all'interno di esse sempre al meglio. Il rapporto con il consumatore negli anni si è modificato perché oramai gli operatori del settore agricolo sono solo il 4% della popolazione. Fino a 50 anni fa c'era un rapporto molto più stretto perché i consumatori avevano un legame più diretto con la tradizione agricola. Oggi il nostro lavoro si è modificato come negli altri settori e il consumatore fa fatica a capire tante delle nostre operazioni e tanti cambiamenti. Anche nel settore pubblicitario i riferimenti sono a un'agricoltura che non esiste più e che sarebbe anche non più sostenibile sia economicamente sia dal punto di vista ambientale. Oggi il fatto di utilizzare attrezzature e software sta modificando pesantemente il nostro settore - sia in allevamento sia in campo - e lo rende sempre più lontano da quelli che sono i ricordi di tanti generazioni».

Controlli e adempimenti aumentano al fine di avere sempre una maggiore salubrità del prodotto: a che punto è la situazione? L'Italia è sempre punto di riferimento nei con-



**Paolo Salomoni, presidente
del Consorzio dei servizi
zootecnici di Cremona**

trolli in Europa?

«L'Italia è sempre leader per il numero del personale che è impiegato nel sistema veterinario pubblico, per l'attenzione nei controlli e per la loro tipologia. Il sistema intensivo di allevamento viene ritenuto impattante. Io oggi parlerei di zootecnia di precisione anche grazie al 4.0. Non è interesse dell'allevatore sprecare delle risorse per ottenere un grammo in più di produzione. Serve una grande attenzione per valutare - sempre tenendo come punto di riferimento il benessere dell'animale - su quale settore si può investire. Quando abbiamo allevamenti estensivi perdiamo di vista l'attenzione sull'animale che per forza di cose, essendo a distanza ed essendo nei pascoli, non è monitorabile in modo continuo. Posso dire che siamo ancora ai vertici a livello europeo nella qualità e nella sicurezza delle produzioni».

Quali sono le criticità maggiori per gli allevatori?

«La riduzione dell'utilizzo del farmaco è un impegno doveroso. L'antibiotico resistenza è un problema che il consumatore e la popolazione non si rende conto di quanto sia in prospettiva critico. Ci stiamo impegnando in modo importante, aiutati dalla Sanità pubblica. Grazie alle Ats ci sono momenti di formazione, informazione e consulenza. Ci sono obiettivi ancora da raggiungere sia nell'attenzione del lavoro quotidiano sia nel benessere animale, con modifiche strut-

ZORZA GOMME

Via Bergamo 65
Castelverde -Cr-



**VENDITA E ASSISTENZA
GOMME, FRENI, SOSPENSIONI**

**VASTO ASSORTIMENTO
DI PNEUMATICI AGRICOLI**


TRELLEBORG

 **MICHELIN**

 **ALLIANCE**
AGRICULTURAL TIRES 

Tel. 0372.427088 - Soccorsi 348.7121372
zorzagomme srl@gmail.com

reperibili 24h su 24

www.zorzagomme.it



● ● ● ●

«Tra le criticità che ostacolano il comparto zootecnico ci sono le crisi idriche sempre più frequenti perché generano dei contraccolpi nelle nostre produzioni e le fake news»

turali ai nostri allevamenti, quindi anche con investimenti. Una delle criticità sono le crisi idriche, sempre più frequenti, perché generano dei contraccolpi nelle nostre produzioni che sono sempre poi volte all'alimentazione animale, mentre sulle emissioni gli allevamenti non sono stati equiparati agli insediamenti industriali. Un'altra criticità è il rapporto con il pubblico. Si dice che non siamo dei buoni comunicatori. Ci sono strutture come Efsa o Ispra che sono obiettive nel dare pareri ma spesso non vengono tenute in considerazione dal consumatore. Il rapporto con quest'ultimo va costruito su base fiduciaria ma spesso lo stesso consumatore si informa con fonti errate o non autorevoli rincorrendo le notizie su internet. Le fake news sono in agguato e la verifica delle fonti è sempre molto importante ma un po' dimenticata».

Farm to fork e Nutriscore, due 'spade di Damocle' sulla carne. Cosa ne pensa?

«Il Nutriscore va modificato, è costruito veramente male. Non accetto assolutamente che formaggi tipo Grana Padano o Parmigiano Reggiano vadano in semaforo rosso. È una normativa molto generale, va calata sulla realtà di diversi prodotti. Un Grana Padano è a semaforo rosso se ne mangio un chilo al giorno. Bisogna considerare i quantitativi che vengono consumati. Per quanto riguarda la carne non mi preoccupa particolarmente perché noi siamo impegnati su produzioni di elevata qualità. Sappiamo che i consumi di carne a livello europeo sono in calo e si ragiona su mercati globali. Se in Europa si riducono i consumi, essi vengono ampiamente recuperati da fasce extraeuropee che, con

maggior possibilità economica, si avvicinano a proteine più nobili come le carni o a prodotto caseari. Il Farm to fork abbinato al Green deal vanno ripensati. La sostenibilità è qualcosa di doveroso, viviamo in un mondo sovrappopolato e le nostre attività produttive devono essere meno impattanti e per questo il 4.0 ci aiuta nell'attività agricola. L'Unione Europea ha emanato delle direttive che sono risultate vecchie da subito. Nel momento in cui si spinge la produzione sul biologico e si porta a riduzioni delle produzioni agricoli per unità di superficie o di animali, si manda in difficoltà il mercato e lo si espone ad importazioni che vengono prodotte con tutt'altre metodologie e quadri legislativi».

Mercati internazionali, libero scambio e reciprocità. Com'è la situazione attuale?

«L'interscambio globale è molto diffuso nel settore agricolo. Periodicamente l'Unione Europea per incentivare lo sviluppo economico di aree in difficoltà come l'Africa sottoscrive accordi commerciali per materie prime o prodotti agricoli. Se queste produzioni o prodotti vengono realizzati con disciplinari europei va bene, ma loro hanno costi di produzione inferiori che possono generare difficoltà al nostro settore. Il commercio internazionale è qualche cosa che non può essere frenato ma va guidato con attenzione».

La carne sintetica genera timori tra i produttori?

«È uno spauracchio ma quando una persona è consapevole delle proprie produzioni deve stare tranquilla. Non penso sia una minaccia per la produzione classica».



Adamo Fontana (al centro) con lo staff della macelleria 'Il vecchio Piero di Pianengo

Con barbecue e grilling l'altra faccia della carne

MACELLERIA 'IL VECCHIO PIERO'

Adamo Fontana ha saputo trasformare un negozio di paese a Pianengo rivoluzionando e rinnovando l'offerta

È un po' il 'tempio' della carne e si trova a Pianengo: stiamo parlando della macelleria 'Il Vecchio Piero di Fontana Adamo'. Un negozio che è andato oltre la proposta tradizionale e che con coraggio ha deciso di proporre una offerta internazionale, per certi versi più moderna, certamente più vicina al gusto dei giovani consumatori.

La macelleria inizia la sua attività l'8 marzo del 2016: Adamo rileva la bottega collocata al civico 2 in via Alla Chiesa. Trascorsi i primi mesi, nei quali il negozio mantiene la sua connotazione classica di macelleria di paese, il macellaio

per scelta (Adamo non è figlio d'arte, ha deciso proprio lui di fare questo mestiere) si rende conto di voler fare qualcosa in più per i suoi clienti, cercando di allargare la sua proposta per raggiungere e soddisfare anche le esigenze di una clientela più vicina alla sua giovane età.

Nel frattempo si fa sempre più insistente la richiesta di lavorazioni particolari della carne bovina, vicine alla filosofia anglosassone, da parte di una nicchia di appassionati del grilling e del barbecue. Questa richiesta porterà all'evoluzione della macelleria Il Vecchio Piero.

Dopo aver seguito alcuni corsi di formazione il giovane macellaio ha approfondito le innumerevoli sfaccettature di questa realtà e ha scelto la propria direzione: diventare un professionista del barbecue, un mondo che lo ha letteralmente rapito.

Subito si rendono evidenti delle nuove esigenze. Questa attività ha bisogno di spazi più ampi e nel luglio 2019 la macelleria si trasferisce in via Roma, location che permette lo sviluppo e il potenziamento del catalogo prodotti, sia crudi che cotti, e l'introduzione di nuovi tagli dedicati agli amanti della brace e agli esperti del settore, che possono



**La cultura del cibo è di tutti:
c'è chi passa per acquistare
la solita fettina di carne
e c'è chi sceglie i tagli
speciali selezionati**



così trovare – in quella che ormai non è più una macelleria tradizionale – un punto di riferimento per la fornitura ma anche un luogo dove potersi confrontare su tutti gli aspetti che questo mondo abbraccia.

Da quel momento Adamo e il suo staff (Daniel, Barbara, Camilla e Alina) portano avanti, con passione e dedizione, quella che amano definire la loro mission: contribuire a far conoscere al grande pubblico ciò che il mondo del barbecue e del grilling hanno da offrire, senza tralasciare la tradizione e l'etica del consumo.

Nel laboratorio adiacente il locale di lavorazioni carni Adamo prepara e cuoce quotidianamente le carni per la cottura al barbecue. Lo scaffale con le miscele di spezie, la cappa e il grande bancone per le lavorazioni. E poi, lui, il protagonista: il forno affumicatore.

Qui grandi pezzi di carne vengono messi in cottura per la preparazione dei grandi classici del barbecue americano: dal brisket alle beef ribs, poi il pulled pork e le pork ribs. I polli affumicati, le lollipop (coscette di pollo avvolte da bacon, spezie e poi affumicate a caldo) e molte altre preparazioni, anche su richiesta.

Zoppini

Living & Outdoor



**PROGETTAZIONE E CONSULENZA SPECIALIZZATA
PER UN ESTERNO UNICO**

WWW.ZOPPINIPROGETTI.IT

GOTTOLENGO VIA BRESCIA 55	TEL. 030 9951395	MARTEDI - SABATO	9.00 - 12.00	15.00 - 19.00
CICOGLIO VIA CARDUCCI 1	TEL. 0372 835641	LUNEDI E DOMENICA	POMERIGGIO	15.00 - 19.00



Toneto Pici ed Enxo Bedeni, titolari de 'La Bottega' in piazza S. Antonio Maria Zaccaria a Cremona



Che bello sedersi a tavola ne 'La Bottega' di un liutaio

LA NUOVA RISTORAZIONE

**A Cremona, a due passi dal duomo
una proposta gastronomica di qualità
e una carta dei vini importante**

Con poco più di due anni e mezzo di attività sulle spalle, il bar-ristorante 'La Bottega' in piazza S. Antonio Maria Zaccaria a Cremona, unico nel suo genere, è una delle più belle realtà della città. Inaugurato ad ottobre 2021 nasce dall'idea di **Toneto Pici** ed **Enxo Bedeni**, cugini di origine albanese, arrivati giovanissimi nel nostro Paese.

Il locale ricorda una bottega liutaia non solo nel nome, ma anche di fatto. Pochi posti a sedere, due sale e un arredamento che, senza tanta immaginazione ti riporta all'interno di un laboratorio liutaio, respirando arte e musica mentre si degusta un vino della vastissima carta dei vini oppure mentre si assaggia una delle prelibatezze dello chef. Con una invidiabile vista sulla bellissima piazza del Comune di Cremona, entrare ne 'La Bottega'

è come fare un passo nella storia di uno dei lavori più tipici che caratterizza la città unito alla sapiente arte della ristorazione.

«Volevamo creare qualcosa di particolare – spiega 'Tony' Toneto Pici – che unisse un po' le nostre passioni. Di locali buoni ce ne sono tanti, ma di luoghi che evocassero un ricordo, che ti permettano di sentirti immerso in una realtà particolare, fatta di legno e musica, crediamo di essere gli unici».

Scopriamo che l'idea iniziale era quella di realizzare un locale che non solo evocasse l'arte della liuteria, ma che permettesse anche di comprendere appieno il lavoro di un liutaio. Per riuscire a realizzare questo progetto, hanno ricevuto il prezioso supporto di alcuni amici del settore, che gli hanno permesso di creare davvero con le loro mani, una piccola bomboniera nel cuore di Cremona.

«Quando siamo entrati in questo locale – racconta Tony Pici – era completamente vuoto. L'abbiamo riempito di legno, dal bancone vissuto del 1800 recuperato in un mercatino dell'usato, alle viole, violini sempre del fine 800, che non suonano ma rendono omaggio alla città del violino. A questo abbiamo aggiunto la parte bar-ristorazione che parte dall'aperitivo, prosegue con la cena e finisce con il dopocena. Possiamo offrire una carta dei vini interessante, molto vasta e ricercata, ma

G.E.A.R.

di Gerevini Angelo

**IMPIANTI
ELETTRICI
CIVILI e
INDUSTRIALI**



www.gearimpianti.it

- ◆ **INSTALLAZIONE IMPIANTI ELETTRICI
civili e industriali**
- ◆ **IMPIANTI ANTINTRUSIONE
e SISTEMI DI VIDEOSORVEGLIANZA**
- ◆ **IMPIANTI DI ILLUMINAZIONE
per interni ed esterni**
- ◆ **SISTEMI DI DOMOTICA e SMART HOUSE**
- ◆ **CANCELLI AUTOMATICI**
- ◆ **ANTENNISTA** ◆ **ASPIRAZIONE**



Installatori autorizzati per
la provincia di Cremona di
impianti di automazione KEY



**INSTALLAZIONE di
PANNELLI FOTOVOLTAICI**
per il risparmio energetico
e il Conto Energia

Via Giuseppina, 13/15 **Sospiro (CR)** - Cell. **335 5441771**
Tel. **0372 623171** - info@gearimpianti.it



Il locale ricorda una bottega liutaia: pochi posti a sedere due sale e una location dove si respirano arte e musica mentre si degusta un buon vino e le prelibatezze dello chef

abbiamo anche una selezione di gin per il dopocena che va oltre le 60 etichette».

È chiaro che dietro questa offerta così vasta e così importante, c'è una grande passione, un grande studio e una grande ricerca.

«Impieghiamo tantissimo tempo nella ricerca dei prodotti – continua Tony Pici – nell'andare per cantine, nello studio. Ci muove una fortissima passione, ci piace bere e mangiare bene e vogliamo offrire ai nostri clienti la stessa qualità e ricercatezza che cerchiamo per noi. Non è facile, ci vuole tanto tempo, dedizione, c'è davvero tanto lavoro dietro e, a volte, serve anche quel pizzico di fortuna che ti fa imbattere nella cantina giusta e nel prodotto giusto. Crediamo fermamente che questa sia la ricetta vincente per offrire non la solita ristorazione».

Il settore della ristorazione lamenta una difficoltà oggettiva nel reperire personale. È stato così ed è così,

anche per voi?

«Inizialmente la nostra forza è stata la famiglia. Abbiamo potuto contare sull'aiuto che ci hanno dato i nostri familiari, che ci hanno affiancato e hanno sopperito dove non potevamo reperire personale esterno. I primi due anni sono stati molto difficili. Oggi la situazione sta un po' cambiando. Riusciamo a reperire personale qualificato, come il nostro sommelier Jacopo che ha una storia di ristoranti stellati alle spalle, anche grazie al nome che ci stiamo facendo, ma anche grazie all'offerta che riusciamo a proporre».

Tanti progetti per il futuro, grosse novità, non ancora tutte svelabili, ma qualcosa già pronto a partire già dalla prossima settimana.

«Riapriremo la settimana prossima 'Le Petit', un piccolissimo bar di 25 metri quadrati in via Cadore a Cremona. Una attività 'stagionale' aperta, per scelta, da aprile a ottobre, che si affaccia su una bellissima piazza con alberi secolari. Un piccolo angolo dove è possibile sorseggiare dei buoni prodotti, stuzzicando anche qualcosina. Non vogliamo fermarci qui, Cremona è una città che ti permette di poter offrire dei servizi di ristorazione diversificati non usuali. È una città che finalmente è pronta per queste novità e tante altre novità, e noi siamo qui per volerle offrire non solo ai cremonesi, ma a tutti quelli che verranno a visitare la nostra bellissima città».

di Riccardo Maruti

Con Artigiana Prosciutti ecco la ricetta della qualità

L'ORGOGGIO DELL'IDENTITÀ

**Nello stabilimento di Offanengo
fino a 750 pezzi alla settimana
Distribuzione in mezza Penisola**

Il tempio del prosciutto cotto, dal 1968. Già nel nome, Artigiana Prosciutti rivela una precisa vocazione: quella all'alta qualità, perseguita con un sapere antico e una manualità eccellente. I salumi prodotti a Offanengo vengono distribuiti in mezza Italia, con una elevata concentrazione nel Nord della Penisola e alcune digressioni anche nel Sud del Paese. L'azienda che sorge alle porte di Crema e vanta una storia lunga quasi 60 anni merita un posto nella lista dei portabandiera della Food Valley, che si irradia nel cuore della Pianura Padana. «Il protagonismo del nostro territorio in campo agroalimentare è un dato di fatto — dichiara **Giovanni Tartaglia**, titolare di Artigiana Prosciutti — non solo per la numerosità di imprese specializzate, ma anche e soprattutto per la profondità dei valori professionali espressi attraverso un lavoro accurato e appassionato». Per questo, Tartaglia non ha dubbi, «bisognerebbe valorizzare le piccole attività del settore con politiche di incentivazione e azioni tese a garantire maggiore visibilità», a partire dal «rafforzamento della rete degli eventi e delle manifestazioni». Ma la strategia prioritaria da mettere in atto allo scopo di promuovere il brand Food Valley è un'altra: «Campagne di comunicazione aggressive hanno generato distorsioni nella percezione dei salumi, condizionando pesantemente le abitudini di consumo — commenta Tartaglia —. Eppure la riflessione di partenza dovrebbe essere un'altra, e cioè che le realtà artigianali sono una garanzia di qualità e salubrità. Il nostro settore è soggetto a controlli molto rigidi e la stragrande maggioranza delle imprese osserva una lavorazione scrupolosissima. Serve un grande impegno per smontare le fake news che penalizzano l'immagine del nostro comparto. Iniziative come la costituzione del Distretto cremasco del cibo possono rivelarsi molto utili: «È bene accolto tutto ciò che può contribuire e generare conoscenza e consapevolezza — dice Tartaglia —. Bisogna parlare alle famiglie per costruire messaggi positivi a vantaggio delle nuove generazioni».



«Sono necessarie politiche di incentivazione indirizzate alle micro e piccole imprese e azioni orientate a sviluppare una maggiore visibilità»



Lo stabilimento di Artigiana Prosciutti a Offanengo

È «tradizione» la parola chiave che guida l'attività nel rispetto di un ciclo di lavorazione che è sinonimo di bontà e genuinità



Giovanni Tartaglia
«Campagne di comunicazione aggressive hanno generato distorsioni nella percezione dei salumi condizionando pesantemente le abitudini di consumo. Smontare le fake news è il primo passo per valorizzare le nostre produzioni artigianali»



È proprio su questi presupposti, infatti, che l'azienda di trasformazione offanenghese, iscritta alla Libera Associazione Artigiani di Crema, ha costruito il proprio successo. «Artigiana Prosciutti è stata costituita il 21 marzo del 1968 da mio zio Pierino Tartaglia insieme a Vittorio Siviglia — racconta Giovanni —. Ho iniziato a lavorare in azienda nel 1979, al termine delle scuole medie, e nel 2003 sono entrato in società al fianco dello zio, che si è sempre impegnato per preservare l'impronta familiare che contraddistingue la nostra attività». È «tradizione» la parola chiave che guida la produzione, nel rispetto di un ciclo di lavorazione che è sinonimo di bontà e genuinità. Il prosciutto cotto nelle sue diverse varianti (senza glutammato, senza polifosfati, senza derivati del latte e senza glutine, in linea con le emergenti esigenze dei consumatori) è affiancato da prodotti come pancetta cotta affumicata, spalla cotta, porchetta arrosto e speck cotto. Alla produzione di salumi a marchio proprio, Artigiana Prosciutti abbina l'attività per conto terzi. «Attualmente — spiega Giovanni — nei periodi di picco raggiungiamo i 750 pezzi a settimana, ma la capacità produttiva potenziale è di gran lunga superiore». Perché, nel tempo, Tartaglia ha optato per un ridimensionamento dell'attività.

Non certo a causa di un deficit di domanda. «Con il passare degli anni — dice il patron — all'interno dell'azienda sono venute a mancare alcune figure chiave, perciò ho scelto di settare la produzione attorno alle effettive forze disponibili». Una riflessione che introduce il tema del ricambio generazionale: «Il personale, oltre al sottoscritto, comprende quattro addetti alla lavorazione e due dipendenti che seguono il comparto amministrativo. È molto difficile individuare figure qualificate da inserire in azienda. Il nostro è un lavoro duro, che richiede grandi sacrifici. Le nuove generazioni? Non pervenute». Tartaglia spiega: «La nostra è un'attività artigianale che richiede sforzo manuale e competenze specifiche, al di là dell'ausilio offerto dai macchinari. E le cotture vengono programmate di notte». Insomma: la fatica è un ingrediente irrinunciabile. «Però questa è una professione che dà enormi soddisfazioni — puntualizza il titolare dell'impresa di Offanengo —. Creare un prodotto di alta qualità a partire da una materia prima nobile è una gratificazione senza pari per un artigiano. Ma pare proprio che non ci siano giovani interessati a sperimentare questa emozione. Eppure noi saremmo disposti a mettere al servizio dei ragazzi tutte le nostre conoscenze e abilità».



Cattaneo Riccardo S.r.l.

Commercio rottame ferroso e metalli

Servizio cassoni scarrabili, smaltimento imballaggi misti (plastiche, carta, ecc.),
gomme, legna, demolizioni industriali

La nostra azienda ha radici che risalgono agli inizi degli anni 60.

Tutto è iniziato con il padre, **Giuseppe Cattaneo** che, nel cortile dell'attività di maniscalco del nonno, ha iniziato a raccogliere stracci e rottami, armato di bicicletta e carretto.

Nel corso degli anni, grazie alla dedizione e allo spirito imprenditoriale, l'attività si è ingrandita fino ad avere un vero e proprio **magazzino di rottami a Crema**. Il figlio **Riccardo**, ha poi rinnovato il parco mezzi e introdotto nuovi macchinari per il **trattamento dei rottami**.

Nel 2011 ci siamo trasferiti a Credera Rubbiano, nel nuovo magazzino interamente ideato e progettato da Riccardo, con un capannone per lo **stoccaggio dei metalli** e un ampio piazzale cementato per lo **stoccaggio e il trattamento dei rottami ferrosi**.

La nostra azienda è specializzata nel recupero e commercio dei rottami ferrosi e metallici in tutto il Nord Italia. Con gli anni il range di rifiuti trattati si è allargato fino a includere anche **carta, plastica, legna (anche erba, rami e tronchi), fibrocemento, pneumatici, plastiche agricole e altri materiali**. Il servizio è rivolto sia ad aziende di tutti i tipi che ai privati.



Il titolare
Riccardo Cattaneo
con il figlio **Matteo**

www.eredicattaneo.it

di Riccardo Maruti



Mario Galantini, titolare della storica impresa di Capergnanica

Nelle farine Molino Chizzoli la storia della civiltà rurale

MICRO IMPRESA A CAPERGNANICA

Una selezione di alta gamma per pizzerie, negozi di vicinato e amanti del 'fatto in casa'

Un marchio antico, proiettato nel futuro: per chi vive in area cremasca, Molino Chizzoli è un nome legato alle radici più profonde del territorio, un'etichetta che racchiude la storia dello sviluppo rurale locale, una firma che è sinonimo di genuinità. Un tempo, i due mulini di proprietà erano destinati alla macinatura delle farine, rispettivamente, per la polenta e per il pane: era l'epoca della civiltà contadina, agli albori della grande trasformazione delle campagne. Quasi tutto è cambiato, ma i prodotti di Molino Chizzoli sono ancora sugli scaffali dei negozi, nelle credenze di massaie ormai avanti negli anni e nelle dispense delle giovani famiglie. Una cerniera fra il passato e il domani di uno degli ingredienti alla base dell'alimentazione. Nel frattempo,

l'organizzazione e le strategie dell'azienda sono andate incontro a un mutamento sostanziale, allineato alla traiettoria evolutiva della società e del mercato. «Oggi Molino Chizzoli punta anzitutto su un'ampia gamma di farine di altissima qualità, in modo da poter rispondere a tutte le esigenze espresse dai consumatori», spiega **Mario Galantini**, titolare della storica impresa di Capergnanica, a un passo da Crema. Galantini gestisce l'attività insieme al figlio Andrea: «Molino Chizzoli è una tipica micro impresa familiare — evidenzia il patron —. La sfida ai giganti della grande distribuzione non ci spaventa: in uno scenario in costante movimento, il nostro sforzo è indirizzato a individuare un efficace posizionamento di mercato». Con un target medio-alto di consumatori attratti da una proposta che ha i suoi punti di forza nella varietà e nell'elevato livello qualitativo. «Lavoro qui dal 1983 — ricorda Galantini —. Avevo appena finito il militare quando sono stato assunto dal mio futuro suocero. Da allora, non ho mai derogato ai valori fondanti dell'azienda». Se la macinatura diretta del frumento è ormai un ricordo, la fedeltà alle origini si traduce in una selezione oculata ed esigente delle farine e in una diversificazione sapiente dell'offerta. «Tra i nostri clienti principali — aggiunge il titolare — figurano pizzerie che vogliono assicurare ai propri ospiti la massima digeribilità, portando in tavola un prodotto ad alto valore

Antico Acetificio Artigiano d'Italia (1871)

One of the Oldest Vinegarhouses in Italy

*150 anni di qualità creativa e gustosa
150 years of creativity and quality in taste*



GAMBERO ROSSO



Galletti

*Tradizione Tecnologia
Tracciabilità*

Tradition • Technology • Traceability

Via Faverzani, 13 • San Daniele Po (CR)

Via Monti, 59 • Modena

Tel. 0372 65544 • www.gallettisnc.it



nutritivo grazie, ad esempio, alla farina di germe di grano». Le famiglie abituate al 'fatto in casa', invece, possono rivolgersi a negozi di vicinato, panettieri e piccole attività fra il Creмасco, il Cremonese e il Lodigiano.

Molino Chizzoli, inoltre, continua a operare nel comparto dei mangimi e del pet food: «Una volta eravamo molto più attivi nel settore dell'alimentazione zootecnica — afferma Galantini —. Sebbene questo segmento di business si sia ridimensionato, non abbiamo abbandonato un asset che appartiene al dna del nostro marchio». Da diversi anni, poi, l'azienda di Capernganica ha inserito nella propria proposta anche piantine da frutta e da orto in stagione e terricci: un modo per ribadire il proprio legame con la terra e per rimarcare la vocazione alla naturalità.

Una realtà artigianale come Molino Chizzoli — tra i soci della Libera Associazione Artigiani — che si distingue per la sua storia gloriosa e per l'impronta squisitamente familiare, rappresenta una perfetta cellula dell'organismo della Food Valley, espressione geo-gastronomica del territorio che abbraccia l'asta del fiume Po. «In questo spicchio di Paese opera un enorme numero di produttori di eccellenze di nicchia, che hanno l'opportunità di trovare spazi di visibilità grazie al brand Food Valley, simbolo del miglior made in Italy — riflette Galantini —. Anche nella micro dimensione cremasca abbiamo la possibilità di lavorare in autonomia per la promozione della filiera agroalimentare: la creazione del Distretto del cibo, ad esempio, potrà rivelarsi uno strumento vincente per valorizzare e commercializzare i prodotti locali e creare nuova ricchezza».

«Il Distretto cremasco del cibo potrà rivelarsi uno strumento vincente per valorizzare e commercializzare i prodotti locali e creare nuova ricchezza»



di Matteo Ferrari

L'agroalimentare è ricerca innovazione e sostenibilità

LA MARTINO ROSSI DI MALAGNINO

***Il direttore generale Sirgiovanni:
«I consumatori sono molto attenti
guardano alla qualità e alla genuinità»***

Sostenibilità, innovazione, visione, filiera agroalimentare. Sono questi i punti cardinali che hanno orientato e orientano il lungo viaggio che ha condotto la Martino Rossi Spa dagli albori, negli anni '50, ad oggi, ovvero da una piccola realtà agricola della bassa cremonese ad essere uno dei leader mondiali della filiera agroalimentare di prodotti senza glutine, senza allergeni e senza OGM. Un viaggio affascinante nel quale la famiglia Rossi, dal capostipite Martino, passando per le generazioni successive con Giorgio e Stefano, ha sempre messo al centro del proprio concetto di azienda la sostenibilità e l'innovazione come spiega il direttore generale **Manuel Sirgiovanni**.

«Sin dagli anni '50 uno dei punti focali è stato quello di valorizzare la terra. Martino Rossi iniziò come commerciante di materie prime ma non si accontentò mai e da subito l'azienda ebbe l'impulso della ricerca a muoverne i passi. Negli anni '90 venne creata la prima filiera italiana del mais per servire una grande multinazionale americana e negli anni 2000 il passaggio da commerciante ad industria di trasformazione con l'acquisto di un mulino per macinare le materie prime».

Nel 2009 un passaggio cruciale, pionieristico.

«Nel 2009 la famiglia ha fatto una scelta radicale, un mutamento drastico dell'approccio alla produzione cambiando totalmente la filiera produttiva per arrivare ad avere una filiera totalmente senza allergeni, senza glutine e senza OGM. Il che si traduce in un controllo assoluto del processo dal seme sino alla macinazione, con una integrazione verticale totale e una costante presenza sul territorio con le aziende agricole partner. Faccio un esempio per chiarire. Non possiamo permettere che nella fase di trebbiatura, trasporto o macinazione – come in qualsiasi altra fase – ci siano contaminazioni con frumento o altri allergeni, quindi lavoriamo con macchine di raccolta dedicate così come servizi di trasporto che gestiamo



La sede della Martino Rossi di Malagnino
Sotto il direttore generale **Manuel Sirgiovanni**
e alcuni prodotti dell'azienda

direttamente. A quell'epoca non c'era ancora l'attenzione a questi aspetti che c'è ora, per questo ritengo sia stata una scelta pionieristica che oggi, senza dubbio, si è rivelata decisamente azzeccata. Oggi gestiamo 16.000 ettari di filiera, prevalentemente in Italia, garantendo il prodotto dalla semina sino al pacchetto che si trova al banco del supermercato».

Un lavoro che deve necessariamente coordinarsi con la so-



Il 2009 è stato l'anno della svolta Una scelta radicale per cambiare la filiera produttiva e per arrivare ad averne una senza allergeni senza glutine e senza OGM



stenibilità e con la ricerca.

«La sostenibilità è un concetto con il quale la Martino Rossi ha sempre avuto familiarità. Già dal 2009 studiavamo l'impatto idrico sulle culture agricole per disperdere meno risorse possibili, tema che oggi è diventato centrale a livello mondiale. Oggi abbiamo un'azienda agricola sperimentale chiamata 'Agrifuture', con 30 ettari nei pressi dello stabilimento di Malgagno dedicati allo studio e all'innovazione in ambito agro-



**«L'attenzione
di oggi per il food
e per ogni fase
del processo che
porta al prodotto
si presta e può essere
un nuovo modo
di raccontare
la nostra realtà**

nomico. Cerchiamo non solo nuove specie botaniche più performanti ma studiamo nuovi metodi di agricoltura conservativa e rigenerativa attraverso metodi di subirrigazione di precisione con tecnologia e brevetti Undercrip, società creata da Giorgio Rossi oltre 15 anni fa, e attraverso lo sviluppo di nuovi biostimolanti e biofertilizzanti che permettano di rendere di più sfruttando meno il terreno».

Quali sono le nuove sfide dell'agricoltura?

«È chiaro che in questa fase evolutiva l'attenzione del consumatore e delle aziende che si servono dei nostri ingredienti è ovviamente orientata al massimo su processi produttivi sostenibili e su prodotti a residuo zero che garantiscano la qualità e la genuinità di quello che finisce in tavola. Ciò che notiamo, positivamente, confrontandoci ogni giorno con le aziende agricole è che siamo in una fase di ricambio generazionale nella quale la concezione tradizionale di agricoltura – che ha fatto grande il nostro Paese per decenni – sta lasciando spazio alle nuove generazioni che sono molto sensibili e molto predisposte all'innovazione e al cambiamento».

Le eccellenze agroalimentari possono essere un traino dal punto di vista turistico, un nuovo elemento di attrazione?

«Sono convinto che l'attenzione che i consumatori e gli utenti dimostrano di avere verso le aziende produttrici, per capire come si arrivi al prodotto finito, possa essere una grande opportunità per questo settore, sul punto. Oggi viviamo nell'epoca dei contenuti social, della ricerca di storie da raccontare e condividere. L'agroalimentare è una storia dentro la storia, ogni prodotto, ogni azienda, ogni fase del processo si presta e può essere un nuovo modo di raccontare una realtà come la nostra. Cremona è la città del violino, della metallurgia, della manifattura. Ma è anche una realtà agroalimentare di primissimo livello che estende la cosiddetta Food Valley ben oltre i confini dell'Emilia».

Quali sono le prospettive e le nuove sfide della Martino Rossi?

«Le prospettive future sono quelle di continuare nella nostra crescita investendo sui concetti fin qui espressi e puntando sui giovani e sui talenti. La nostra attenzione alla ricerca e alle esigenze del mercato ci hanno portato a investire su una nuova linea di prodotti che possano essere il marchio di fabbrica del nostro concetto di produzione. Da un lato stiamo studiando nuove modalità di estrazione delle proteine che permettano di massimizzare la resa del prodotto e stiamo cercando nuove materie prime che si prestino in questo senso e dall'altro siamo entrati nel mercato con nostri marchi che si trovano già nella grande distribuzione con prodotti innovativi fedeli alla nostra filosofia di agricoltura, come, ad esempio, prodotti plant based ricchi di proteine e fibre a base di legumi o prodotti a base di avena totalmente senza allergeni, glutine e OGM».

di Antonella Bodini

Nuova Walcor, nuove idee E l'eccellenza si rinnova

L'AD CAPUANO ILLUSTRRA LE SFIDE

«La filiera del dolciario è un traino turistico formidabile, basta guardare i numeri della Festa del Torrone»

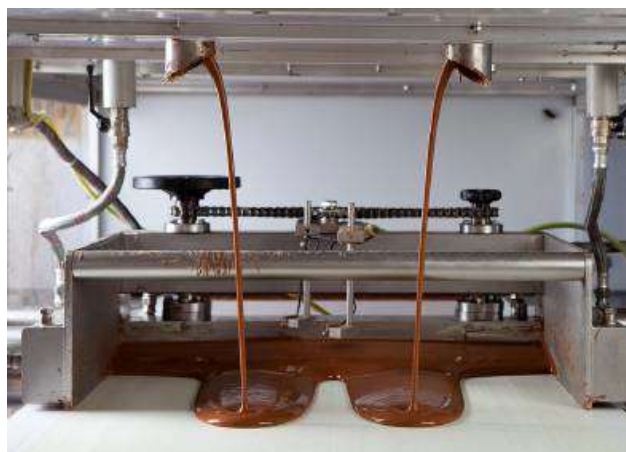
Tra le aziende che rendono Cremona capitale d'eccellenza del settore agroalimentare c'è sicuramente Walcor, storico marchio del nostro territorio con sede a Pozzaglio che quest'anno ha tagliato il traguardo dei 70 anni di attività. L'amministratore delegato **Attilio Capuano** illustra le ragioni di un successo così longevo, sfide e obiettivi dell'azienda, ma fa anche il punto sulla realtà del turismo enogastronomico.

Cremona è fra le capitali dell'agrifood: quali sono le prospettive presenti e future?

«Certamente il territorio cremonese si è sempre distinto in ambito agroalimentare. Ci sono eccellenze tali da renderlo, ormai da anni, una locomotiva trainante di questo mercato. La prospettiva futura è importante, le realtà di primo livello che esistono e operano nella provincia di Cremona sono di rilevanza nazionale: dal settore caseario a quello dei salumi, passando ovviamente per la filiera dolciaria. Tutti ambiti che fanno di Cremona una spina dorsale dell'economia agroalimentare italiana».

La vostra azienda è un pilastro da decenni della filiera del dolce e del cioccolato: quali sono le chiavi del successo?

«La sinergia tra tradizione, territorialità e capacità di adattarsi ai cambiamenti del mercato credo sia la ragione di questo successo. Dall'intuizione geniale del fondatore Walter Corsanini nel 1954 l'impresa si è evoluta, passando per la conduzione dei nipoti, la famiglia Santini. Dal 2022 l'ingresso di Jp Morgan e Invitalia, ha dato nuova linfa e un nuovo futuro all'azienda. Aggiungo una forte attenzione al mercato circostante per rimanere sempre attuali e riuscire ad essere un'azienda che produceva sì ricette della tradizione cremonese, i



Alcune fasi della trasformazione del cioccolato per la produzione di monete e uova di Pasqua





«La sinergia fra tradizione, territorialità e capacità di adattarsi ai cambiamenti del mercato introducendo nuovi prodotti sono gli elementi alla base del successo»



La Walcor di Pozzaglio e Attilio Capuano
amministratore delegato dell'azienda

graffioni, ma con uno sguardo alle tendenze e ai cambiamenti del mercato. Fino ad arrivare alle uova di pasqua e ad un altro prodotto iconico come le monete di cioccolato che hanno permesso a Walcor di essere presente come fornitore d'eccellenza sul mercato internazionale. La massima attenzione ai controlli qualitativi del prodotto, e di conseguenza le certificazioni a livello internazionale, fanno il resto. E poi la capacità di rinnovarsi e rigenerarsi nei momenti di crisi. Grazie all'appoggio di tutte le istituzioni cittadine e provinciali, che ci circondano e che ci hanno sostenuto, siamo riusciti a rinascere. È di questi giorni la notizia che il tribunale di Cremona ha finalmente decretato la chiusura del concordato preventivo: la situazione si è dunque sanata e rinnovata completamente. E questo lo dobbiamo alla vitalità dell'azienda che è riuscita a rinnovarsi in un momento di crisi con cambiamenti totali: una nuova Walcor fatta di nuove persone, di nuova proprietà, nuova veste e nuova idee».

La lunga tradizione legata al territorio ha permesso a Walcor di ottenere il riconoscimento di marchio storico. Un'ulteriore riprova della vostra eccellenza produttiva.

«Dal 2020 Walcor è marchio storico d'interesse nazionale e da quest'anno facciamo parte dell'associazione dei marchi storici italiani. Cosa molto importante poiché non è solo mera appartenenza, c'è molta sostanza nell'associazione, che è molto attiva. Il principale scopo è quello di promuovere a tutti i livelli l'importanza strategica dei marchi storici italiani sia come

sviluppo che impulso business a livello internazionale».

Quali sono le sfide sul mercato nazionale ed estero e i prossimi obiettivi?

«Walcor ha un presente e un futuro intrecciato con un'altra solida realtà italiana del mondo del cioccolato che è Pernigotti. Due aziende d'eccellenza che insieme possono affrontare le sfide future. Si guarda all'estero perché il mondo globale si sta rimpicciolendo: sempre più le aziende hanno un futuro se riescono ad entrare in altri mercati, non solo nazionali, tenendo conto di nuovi consumatori pronti a riconoscere la qualità non solo del made in Italy come una scatola vuota, ma di tutta la filiera produttiva che porta al prodotto finale. Anche per questo Walcor e Pernigotti stanno investendo molto sia sul piano dell'ammodernamento dei sistemi produttivi che nell'ambito di ricerca e sviluppo di nuovi prodotti».

Le eccellenze agroalimentari sono elemento di richiamo per un turismo di appassionati.

«Walcor e Pernigotti sono stati sponsor della Festa del Torrone. Una kermesse che ha ospitato decine di migliaia di visitatori. Questo fa capire quale ricchezza possa nascondere un territorio come il nostro e l'indotto turistico che si può generare. Ben venga dunque l'industria dolciaria d'eccellenza a supporto dello sviluppo turistico di una città come Cremona da sempre legata a prodotti dolciari iconici come il torrone».

di Luca Ugaglia



Luigi Ceruti, direttore commerciale; la sorella Sofia che guida l'amministrazione e il fratello Gregorio che ha la responsabilità della produzione

'La Futura Salumi' da 70 anni firma il gusto e la qualità

UNA FILIERA ECCELLENTE E SICURA

L'innovazione della tradizione è il valore alla base del successo della famiglia Ceruti a Salvirola

Lil salame di casa nostra da oltre settant'anni ha una firma indiscutibile. È quella dei Ceruti, storica famiglia che dal 1951 a Salvirola guida la ditta 'La Futura Salumi'. Al timone della società di via delle Arti ci sono i fratelli **Luigi**, direttore commerciale, **Sofia** che guida l'amministrazione e **Gregorio** che ha la responsabilità della produzione, affidata anche ad una trentina di collaboratori. Tra loro ci sono i rappresentanti della quarta generazione che da qualche anno stanno imparando l'arte con entusiasmo e profitto: sono **Moira**, **Manuel** e **Mattia**, figli di Gregorio. E presto anche **Corinne** prenderà la stessa strada di papà Luigi. Tutto è nato dalla tenacia del loro bisnonno materno, che ha fondato l'azienda della quale Pietro, padre di Luigi, Sofia e Gregorio inizialmente era dipendente e che per volere del destino e del cuore è



diventato suo genero mettendosi poi al timone.

«Per il novanta per cento produciamo il salame in quaranta tipologie – spiega Luigi – anche se quello che va per la maggiore è il tipico cremasco. Se mi chiede qual è la nostra filosofia, la risposta è quella di lavorare solo carne di alta qualità ed esclusivamente italiana per avere un prodotto certificato al 100%; non trattiamo un chilo di carne estera, quindi la filiera è sicurissima. Facciamo insomma ancora gli artigiani con i grandi numeri, la nostra 'mission' è quella di produrre il salame legato a mano in



L'azienda produce il salame in 40 tipologie anche se quello che va per la maggiore è il tipico cremasco e lavora solo carne di alta qualità ed esclusivamente italiana

Il salame made in Salvirola, però, piace anche oltre oceano: «Abbiamo un cliente molto importante a Santo Domingo», conferma con orgoglio Luigi. E l'Italia? «Serviamo qualche supermercato, ma siamo fortissimi sul canale della ristorazione: vengono da noi le salumerie che guardano alla qualità, i market non sono il nostro business, preferiamo stare là dove al cliente si spiega il prodotto perché quando è fatto con competenza va anche illustrato come si deve, altrimenti è inutile; gli insaccati esternamente sembrano tutti uguali, ma se un prodotto è preparato a regola d'arte e con budelli naturali, legati a mano, lavorazione che comporta molto tempo ma soprattutto tanta professionalità, è un'altra cosa. Diventa un valore aggiunto perché quando si presenta un prodotto che ha delle peculiarità e caratteristiche di alto livello è appetibile». Prosegue Luigi: «Riusciamo a fare l'artigianalità standardizzando sui grandi numeri, questo oggi è il nostro cavallo vincente, ci credo parecchio perché siamo i primi produttori del salame tipico cremasco che secondo me è quello più buono che c'è. Il salame è un prodotto molto locale che si prepara con ingredienti diversi in ogni area geografica, ma a noi piace deliziare le papille gustative anche di chi non è lombardo perché cerchiamo di fare specialità che superino i confini regionali: mi riferisco ad esempio alla salsiccia sarda o alla Sicilianella. Avendo competenze di un certo rilievo, riusciamo a soddisfare anche le esigenze di chi per esempio abita in Sardegna: un cliente è stato qui da noi un mese e abbiamo sviluppato la ricetta insieme a lui. La nostra azienda utilizza carne nazionale che è un valore 'super aggiunto' perché nel mondo non c'è nessun altro capace di alimentare bene il suino come lo facciamo noi in Italia».

Il responsabile del commerciale non nasconde l'orgoglio: «Vedendo che i figli e i nipoti saltano dentro all'azienda con entusiasmo – conclude Luigi – siamo continuamente stimolati a fare sempre di più e meglio, loro sono una garanzia per il futuro anche se noi siamo ancora giovani e abbiamo tante sfide da vincere. Confesso che i giovani ti danno un motivo in più per migliorare, conservando sempre il marchio artigianale. I ragazzi che sono venuti da noi, salvo qualche rarissimo caso, sono rimasti tutti qui: vuol dire che il nostro metodo di insegnamento porta buoni frutti».

budello naturale ma in grandi quantità per servire anche le catene più importanti».

Il mercato è quello del Belpaese ma La Futura Salumi varca da sempre anche i confini nazionali. «Arriveremo a fine anno ad avere il 15% di clienti esteri – annuncia Luigi – l'Europa la serviamo tutta, in modo particolare i Paesi nordici come Norvegia, Svezia, Danimarca, ma siamo presenti anche in Germania, Francia, Spagna e Portogallo. Abbiamo avuto una flessione con l'Inghilterra per via della Brexit».



di Andrea Gandolfi

Sostenibilità, buon affare anche per le imprese

PADANIA ACQUE

**Il gestore pubblico dell'acqua protagonista al summit di Parigi
Anno record e tanta innovazione**

Il 2023 'da record' di Padania Acque è stato protagonista dell'Innovation Summit tenuto a Parigi all'inizio del mese, condividendo il palco e l'attenzione degli addetti ai lavori con colossi mondiali privati del calibro di Arcelor Mittal (acciaio), Wilo (sistemi di pompaggio) e Glencore (attiva nel campo minerario e delle materie prime). Un anno dopo l'altrettanto prestigiosa tappa al Forum mondiale dell'Industria di Orlando (Florida), nella capitale francese l'intervento del direttore generale **Stefano Ottolini** ha rubato la scena nella sessione dedicata al tema 'Sostenibilità ambientale: un valore aziendale nascosto'. «Un ambito che abbiamo dimostrato con i fatti di conoscere molto bene; per questo - spiega Ottolini - ci hanno chiamato ad illustrare la nostra esperienza». Partendo dai risultati: 29,8 milioni di euro di investimenti generati (e 85 euro pro capite di investimenti rispetto alla media nazionale di 64); tariffa idrica provinciale pari a 1,7 euro (la media italiana arriva a 2,1 euro, quella continentale a 5); perdite idriche al 23%, poco più della metà rispetto al 42% nazionale, con l'Europa al 25%; e cinque anni 'd'oro' che hanno visto i margini industriali crescere del 73%, mentre i consumi energetici sono calati del 16%.

Tutto questo perseguendo la sostenibilità ambientale, che si dimostra quindi un buon affare non solo per l'ambiente. «Il nostro compito - precisa il direttore generale di Padania Acque - è quello di portare acqua alle utenze civili e industriali garantendo continuità e qualità del servizio, basandoci su un'infrastruttura che conta circa 500 impianti disseminati lungo quasi 5.000 km di rete; per questo difficilmente controllabile».

Un'impresa tutt'altro che facile, quindi. Con il tema della sostenibilità ambientale declinato in primo luogo puntando a ridurre i consumi di energia elettrica (dunque l'emissione di CO2) e le perdite di acqua. Meno acqua sprecata significa salvaguardia di una risorsa limitata, risparmio in termini eco-



I numeri di Padania Acque



- Nel 2023 Padania Acque ha generato investimenti per **29,8 milioni di euro**



- Nel 2023 l'investimento pro capite in provincia di Cremona si è attestato a **85 €/abitante** rispetto alla **media italiana di 64**



- La tariffa idrica in provincia di Cremona è pari a **1,7 €** rispetto alla tariffa idrica italiana di **2,1 €**



- Le perdite idriche di Padania Acque si attestano al **23%** rispetto a una **media italiana del 42%**



- Negli ultimi cinque anni i margini industriali di Padania Acque sono incrementati del **73%** e i consumi energetici sono diminuiti del **16%**



Il dg Stefano Ottolini, il presidente Cristian Chizzoli e l'ad Alessandro Lanfranchi in missione a Parigi

**«In questi
anni
abbiamo
investito
85 euro
per abitante
e ridotto
i consumi
energetici
del 16%»**

nomici ed energetici per un bene che altrimenti viene pompato inutilmente e non può essere fatturato, meno rischi potenziali per persone e cose legati appunto a perdite o infiltrazioni. L'aiuto dell'automazione permette inoltre di diminuire quanto possibile l'intervento umano.

«Abbiamo quindi posto in essere progetti di automazione avanzata, sistemi di supervisione, controllo e acquisizione dati che ci portano in tempo reale una gran quantità di informazioni sullo stato della rete, e su pressione, portata e qualità dell'acqua. Così è possibile operare in una logica preventiva, individuare meglio e con maggior precisione le perdite, regolare la pressione non oltre le necessità. Risparmiando altra energia e preservando i tubi».

Un percorso che non si ferma qui. «Altri miglioramenti ai quali stiamo lavorando, ci permetteranno di 'ascoltare' il rumore delle tubazioni, e misurare con precisione il risparmio di CO2 derivante da quello di ogni litro d'acqua che non va disperso. Più in generale, la nostra pianificazione punta a ridurre il numero degli impianti che abbiamo 'ereditato', collegando le attività di depurazione e costruendo potabilizzatori sempre più grandi: una strategia che permette di conseguire migliori risultati qualitativi a costi più bassi».

Quanto all'obiettivo della circolarità, viene perseguito cercando di recuperare quanto possibile energia o materia dai fanghi di depurazione, e riutilizzando le acque reflue: per que-

ste ultime, oggi in Italia si arriva al 4% e si stima di poter toccare quota 30%, mentre la percentuale registrata al depuratore di Cremona è del 26%. C'è quindi uno spazio di crescita. «È poi fondamentale la continuità del servizio. In provincia di Cremona non sono mai state poste in essere restrizioni idriche, anche in un anno particolarmente critico come il 2022, grazie ad investimenti di qualità che hanno reso la nostra infrastruttura resiliente. A questo proposito, bisogna sottolineare come la continuità e la qualità del servizio per le utenze civili e per quelle produttive costituiscano un importante fattore di benessere e di competitività; legato a doppio filo alla 'mission' propria di un'azienda pubblica come Padania Acque, in grado di garantire risultati migliori anche in confronto a diversi soggetti privati che operano nel medesimo comparto».

I cambiamenti climatici si fanno sentire ovunque, ma al momento la provincia di Cremona non riscontra problemi per la disponibilità di acqua. «Qui la preleviamo interamente dalla falda: un bacino di stoccaggio naturale alimentato dalle montagne in un lasso di tempo compreso fra i 60 e gli 80 anni. Per questo siamo meno soggetti a 'discontinuità' di breve periodo, anche se il 2022 ha visto per la prima volta un abbassamento della falda».

«Non siamo in competizione con le acque minerali, ma dobbiamo garantire ai fini potabili (sempre assicurati) un'acqua di qualità. Quindi abbiamo investito molto nei sistemi di potabilizzazione, migliorato le qualità organolettiche, ma soprattutto - per volontà dei soci, vale a dire dei sindaci - predisposto per ogni comune l'installazione, che stiamo completando, di almeno una 'Casa dell'acqua'. Acqua distribuita gratuitamente, con un meccanismo di limitazione che evita gli sprechi. È un'iniziativa molto apprezzata dai consumatori, decisamente vantaggiosa sul piano ambientale ed economico rispetto all'acqua in bottiglia. E anche questa è sostenibilità».

**Il direttore generale Ottolini:
«Le nostre perdite idriche sono
quasi la metà rispetto alla media
nazionale; ma siamo un esempio
virtuoso anche a livello europeo»**

www.

Tree4.IT

SOFTWARE & WEB DEVELOPMENT

Dal 2005 realizziamo soluzioni web e software su misura, per far crescere il vostro business, raggiungere nuovi clienti, semplificare la gestione

SVILUPPO SOFTWARE

**REALIZZAZIONE
SITI WEB E PORTALI**

**CONNETTIVITÀ
E SERVIZI INTERNET**

**FIBRA FINO A 6 GIGABIT
PER PRIVATI E AZIENDE**

**SOLUZIONI
INTERNET
PER IL VOSTRO**



BUSINESS

Via Sesto, 39/41 - **Cremona** - 0372 420050 - info@tree4.it

di Gianluigi Cavallo (*digital strategist e data analyst*)

L'assistente personale AGI è l'alba di una nuova era

INTELLIGENZA ARTIFICIALE GENERALE

Rappresenta un salto qualitativo: non solo eseguire compiti semplici ma apprendere, proprio come l'uomo

L'alba del 2050 si insinua dolcemente attraverso le persiane intelligenti della mia camera, che si regolano automaticamente per svegliarmi con la luce naturale del sole piuttosto che con un jingle digitale. Mentre mi stiracchio, il mio assistente personale AGI, che ho affettuosamente soprannominato 'Faggi', mi saluta con una voce calma e misurata: 'Buongiorno! Oggi è una bella giornata.

Hai dormito 8 ore e 12 minuti. Il tuo ciclo REM è stato ottimale'. Mentre mi alzo dal letto, Faggi procede con l'aggiornamento del giorno: 'Ti ricordo che hai una videoconferenza alle 9 con il team di Tokyo e la tua auto autonoma ti porterà al lavoro alle 8.30. Desideri la solita colazione o preferisci qualcosa di diverso oggi?'. Decido per il solito: caffè forte e pane tostato con avocado. Faggi, avendo già analizzato i livelli delle scorte in cucina, ha già predisposto che il robot domestico inizi a preparare tutto. Mentre mi vesto, scelto un abito consigliato da Faggi basato sul mio calendario e sulle previsioni meteorologiche, rifletto su quanto la tecnologia sia profondamente intrecciata nella trama quotidiana della mia esistenza. Faggi gestisce la mia agenda, si assicura che io stia raggiungendo i miei obiettivi di fitness, monitora la mia salute attraverso dispositivi indossabili e ottimizza continuamente la mia vita quotidiana in modi che a malapena noto, ma di cui sicuramente beneficio. Questo scenario potrebbe sembrare estratto da un racconto di fantascienza, ma è una prospettiva realistica di come l'AGI potrebbe integrarsi nella nostra vita quotidiana nel futuro non troppo lontano, trasformando ogni aspetto della nostra esistenza con un'intelligenza che va oltre la semplice automazione.

IL CONCETTO E L'AMBIZIONE DELL'AGI

L'intelligenza artificiale generale (AGI) rappresenta un salto qualitativo nel campo dell'AI, mirando a sviluppare sistemi che



non solo eseguono compiti specifici, ma apprendono e agiscono con un'intelligenza comparabile a quella umana. **Demis Hassabis** di Google DeepMind descrive l'AGI come «l'apice dell'apprendimento e della generalità», dove le macchine acquisiscono la capacità di apprendere da dati non etichettati e di eseguire compiti intellettuali al pari degli umani.

SVILUPPI STORICI E PROSPETTIVE DI RICERCA

Dalle teorizzazioni iniziali di **Alan Turing**, che nel 1950 propose il celebre test di Turing come misura dell'intelligenza di una macchina, fino alle moderne piattaforme come OpenAI, la ricerca sull'AGI ha percorso una strada lunga e tortuosa. **Ben Goertzel**, un pioniere dell'AGI e cofondatore della SingularityNET, sottolinea l'importanza dell'approccio integrato e transdisciplinare verso l'AGI, che combina scienze cognitive, informatica e robotica.

Secondo un rapporto di PwC, l'AGI potrebbe contribuire fino a 15,7 trilioni di dollari al Pil globale entro il 2030, rivoluzionando settori come la sanità, l'istruzione e il trasporto. L'AGI non solo potrebbe automatizzare compiti ripetitivi, ma anche fornire soluzioni innovative a problemi complessi come il cambiamento climatico.

CRITICHE E PREOCCUPAZIONI ETICHE

Le preoccupazioni sull'AGI spaziano dalla disoccupazione

NOLEGGIO

BRUNETTI

GRUPPI ELETTOGENI - TORRI FARO

Gruppi elettrogeni insonorizzati fino ad oltre 3.000 kva
Gruppi elettrogeni e bigruppi supersilenziati
Noleggio di **trasformatori** ed autotrasformatori
Noleggio di **materiale elettrico**
Diverse tipologie di **torri faro**
Generatori di aria calda
Trasporto e posizionamento

**REPERIBILITÀ
TUTTI I GIORNI
H 24/24**



46042 Castel Goffredo – MN
Tel. 0376-779310 Fax 0376-788109
info@brunettigeneratori.it
www.brunettigeneratori.com



Questa tecnologia potrebbe trasformare il modo in cui viviamo e lavoriamo. Immaginate una casa intelligente dotata di AGI che non solo regola temperatura e illuminazione ma anticipa i vostri bisogni. Potrebbe anche monitorare le condizioni di salute degli abitanti della casa

tecnologica alla possibile perdita di controllo sui sistemi autonomi. **Evgeny Morozov** avverte contro la visione del 'soluzionismo tecnologico' che ignora le complesse implicazioni sociali e politiche. La citazione di Morozov del 2022 esprime il timore che «l'AGI possa svolgere il ruolo di una bacchetta magica tecnologica, trascurando soluzioni umane a problemi umani».

VISIONI DEL FUTURO E PASSI VERSO L'AGI

Il cammino verso l'AGI è costellato di sfide tecniche e teoriche. Come indicato da **Stuart Russell**, coautore del libro di testo standard su AI, «non basta che un AGI sappia, deve anche comprendere e adattarsi». Progetti come OpenCog mirano a creare architetture cognitive che emulino la flessibilità del pensiero umano.

IMPATTO DELL'AGI NELLA VITA QUOTIDIANA

Nella nostra vita quotidiana, l'AGI potrebbe trasformare radicalmente come viviamo, lavoriamo e interagiamo. Immaginate una casa intelligente dotata di AGI, che non solo regola la temperatura e l'illuminazione in base alle vostre preferenze, ma anticipa i vostri bisogni, suggerendo ricette per la cena basate sulle vostre abitudini alimentari e gli ingredienti disponibili. Questa stessa tecnologia potrebbe monitorare le condizioni di salute degli abitanti della casa, allertando in tempo reale i servizi medici in caso di emergenze o fornendo consigli personalizzati per il benessere quotidiano. L'AGI, integrata con dispositivi indossabili, potrebbe offrire un'assistenza personalizzata a ogni individuo, migliorando signifi-

cativamente la qualità della vita attraverso interventi tempestivi e personalizzati.

TRASFORMAZIONE NELL'AZIENDA MANIFATTURIERA

Nel settore manifatturiero, l'AGI promette di rivoluzionare la produzione con la sua capacità di ottimizzare autonomamente i processi produttivi. Ad esempio, un'azienda che produce componenti automobilistici potrebbe implementare un sistema AGI per gestire l'intero ciclo produttivo, dalla gestione dell'inventario alla qualità del prodotto finito. Questo sistema potrebbe prevedere guasti alle macchine prima che accadano, riducendo i tempi di inattività e mantenendo l'efficienza operativa. Inoltre l'AGI potrebbe adattarsi in tempo reale alle variazioni della domanda di mercato, reindirizzando le risorse e modificando le linee di produzione per massimizzare la produzione senza compromettere la qualità. Tale integrazione non solo aumenterebbe l'efficienza ma anche la sostenibilità, riducendo gli sprechi attraverso una migliore allocazione delle risorse.

BILANCIARE INNOVAZIONE E RESPONSABILITÀ

L'evoluzione dell'AGI pone questioni fondamentali sul futuro dell'umanità. **Sam Altman** di OpenAI riflette sull'impatto di lungo termine dell'AGI, affermando che «dobbiamo orientare lo sviluppo dell'AGI non solo per prosperare economicamente, ma per avanzare eticamente e socialmente».

Il nostro compito sarà gestire questa potente tecnologia in modo che i suoi benefici superino i rischi, garantendo un futuro in cui l'AGI sia un alleato dell'umanità, non un avversario.

di Dario Dolci

Tecnoservice Imballaggi Più fatturato, più personale

LA TRASFORMAZIONE DELL'OFFERTA

Il titolare Bergamini: «All'inizio facevamo food packaging ma dal 2000 siamo entrati nel mondo dei cavi»

È stata costituita nel 1997 a Cortenuova, in provincia di Bergamo, da un gruppo di professionisti con una conoscenza completa dei settori packaging e cavi elettrici. Di recente ha trasferito la propria sede a Campagnola Cremasca, nella zona industriale di via Leonardo da Vinci, per soddisfare la necessità di avere spazi più ampi. Oggi, grazie alla più che ventennale esperienza, Tecnoservice Imballaggi è uno dei leader del mercato italiano negli imballaggi flessibili e nella trasformazione di film plastici e di metalli non ferrosi come alluminio e rame.

«A fondare l'azienda – spiega il 39enne **Matteo Bergamini**, contitolare insieme a **Davide Pasini** – è stato mio padre con un socio. All'inizio facevamo soltanto food packaging, vale a dire imballaggi alimentari come film, vaschette e piattini. A partire dal 2000 siamo entrati nel mondo dei cavi, sfruttando la sinergia dell'accoppiamento. Il film a copertura degli alimenti è un materiale che bene si accoppia infatti con quello che serve per schermare i cavi». Nella categoria dei converter, in Italia ci sono soltanto altre quattro aziende che fanno quello che fa la Tecnoservice Imballaggi.

«I nostri competitor – afferma Bergamini – sono più grandi di noi, ma non sono in grado di dare il nostro servizio. Noi abbiamo un magazzino che ci consente di evadere gli ordini rapidamente».

Negli ultimi anni, oltre ad ingrandire gli spazi, l'azienda è cresciuta parecchio.

«Abbiamo 16 dipendenti – spiega il titolare – oltre a me e al mio socio. Nel 2012 fatturavamo due milioni di euro, adesso siamo attorno ai nove. La nostra realtà è composta da personale che ha un'età media tra i 40 e i 45 anni, ma vanta già esperienza».

Il personale aziendale, a tutti i livelli operativi, segue spe-



La sede della Tecnoservice Imballaggi di Campagnola Cremasca. A lato un capannone di produzione

cifici iter di addestramento e di formazione studiati ad hoc per lo sviluppo continuo delle proprie competenze. «La parte tecnica – precisa il titolare – è stata sviluppata da mio padre e ora sono io a dilettermi nella creazione dei prodotti. Diciamo che, in assenza di un ufficio tecnico, questa parte la svolgo io. Il cliente mi dice che prodotto vuole e noi glielo realizziamo. I nostri mercati sono l'Europa, il Nord Africa e il Centro America».

I clienti della Tecnoservice Imballaggi, per quanto concerne la parte alimentare, sono le piattaforme di distribuzione, le mense, le ristorazioni industriali e l'hotellerie. Per quanto riguarda invece i cavi, si va dall'oil & gas alla robotica, dal cavo per antenne a quello dei sistemi antincendio, dalla telefonia fino ai cavi sottomarini. La gamma dei prodotti è vastissima, ma l'azienda non ha intenzione di fermarsi.

«Vogliamo entrare nel mondo dell'enologia – conferma

L'azienda è leader del mercato italiano negli imballaggi flessibili e nella trasformazione di film plastici e di metalli non ferrosi come alluminio e rame



Bergamini – per realizzare le capsule delle bottiglie di vino e di champagne. Abbiamo già fatto delle prove preliminari e entro due anni anche queste entreranno a far parte dei nostri prodotti. Saper diversificare è importante».

Il gruppo direttivo della società Tecnoservice, nel perseguire un costante miglioramento dei prodotti, si è imposto i seguenti obiettivi: un elevato standard qualitativo di tutti i materiali acquistati, scrupolosi controlli di laboratorio dei prodotti lavorati, brevità dei tempi di consegna, accurato servizio di assistenza e post vendita con la clientela per assicurare un'elevata affidabilità e una qualità costante dei propri prodotti. Entrando nel dettaglio delle lavorazioni, Tecnoservice è specializzata nella produzione di nastri flessibili, plastici e multistrato, per fasciatura, schermatura, isolamento e identificazione dei cavi elettrici. I prodotti sono studiati per rispondere a elevate performance e rigide misure di sicurezza: dai cavi per la trasmissione dati e coassiali che richiedono un'eccellente schermatura, a quelli fire-proof

**«Evadere gli ordini rapidamente è un plus
Il cliente ci dice
che prodotto vuole
e noi lo realizziamo
I nostri mercati
di riferimento sono
l'Europa, il Nord Africa
e il Centro America»**

che devono sopportare elevatissime temperature. Nel settore dell'industria alimentare e del catering, invece, l'azienda di Campagnola dispone di una linea dedicata di produzione film per copertura, protezione e conservazione alimentare. I film e i contenitori sono idonei ai processi di pastorizzazione e sterilizzazione, sono studiati per resistere a stoccaggio in frigoriferi e freezer e anche a sbalzi di temperatura elevati (forno e microonde). A complemento di gamma, fornisce prodotti per catering: piatti, vaschette, vasconi, posate e bicchieri.

Grazie alla lunga esperienza dei suoi tecnici, Tecnoservice è attiva anche nel settore della trasformazione dei metalli non ferrosi e dei film plastici. I prodotti realizzati sono utilizzabili nei settori dell'edilizia, dell'energia e dei trasformatori, della telecomunicazione, del packaging e in moltissimi altri campi. Tecnoservice dispone inoltre di un servizio di stampa su monofilm e accoppiati di altissima qualità e per ogni tipo di utilizzo: alimentare, ortofrutticolo, meccanico e medico.

L'ENERGIA CHE VERRÀ.

Quali fonti per il domani



SAVE THE DATE

6 Maggio 2024

Fiera di Cremona

Piazza Zelioli Lanzini, 1

26100 Cremona



Comitato Piccola Industria

Associazione Industriali
Cremona

di Dario Dolci

Euroguarco in espansione col dinamismo dei giovani

TRA MOSCAZZANO E LA SPEZIA

La produzione dell'azienda sviluppa cinque divisioni: guarnizioni, valvole, isolanti, interiors e impiantistica

Tutto ebbe avvio nel 1958, in una cantina, per iniziativa di **Luciano Ghirlanda**, ingegnere e imprenditore lungimirante. Oggi Euroguarco è un'azienda in piena espansione, che esporta in tutto il mondo, con due sedi produttive, a Moscazzano e a La Spezia, un centinaio di dipendenti e 30 milioni di euro di fatturato annuo. A guidarla sono i figli **Cristiano** e **Massimiliano**. L'insediamento di Moscazzano, del quale è responsabile **Gianluigi Ravera**, è stato aperto a fine 2021, in sostituzione della precedente sede cremasca di Ticengo. C'era bisogno di spazi più ampi ed è stata colta l'occasione per acquistare nuovi capannoni. «L'azienda – spiega Ravera – è partita con la produzione di guarnizioni industriali e prodotti coibenti, poi si è evoluta creando cinque divisioni: guarnizioni, isolanti, interiors, valvole e impiantistica. A Moscazzano opera la divisione più dinamica che sviluppa la progettazione e la realizzazione di impianti e apparecchiature di processo per i settori dell'oil & gas, petrolchimico, chimico, idrogeno e trattamenti acque industriali».

Il mercato di riferimento è sia nazionale che internazionale: oltre all'Europa, il nord Africa, Medio-Oriente e Sud-est Asiatico, in particolare Malesia e Vietnam. «Da azienda in continua espansione, siamo sempre alla ricerca di nuovo personale. Al momento per la sede di Moscazzano avremmo bisogno di ingegneri con conoscenza del nostro settore per l'ufficio tecnico, di un responsabile di produzione, operai-carpentieri e anche di un commerciale in più».

Uno dei motivi di vanto dell'azienda ligure-lombarda è proprio legato al personale: «Siamo una realtà giovane e dinamica – afferma il responsabile della sede moscazzanese – con un'età media intorno ai 40 anni». Non solo. Uno studio condotto tra il personale delle due sedi, volto a rilevare il grado di soddisfazione del clima aziendale ana-



Parte dello staff di Euroguarco
Moscazzano e gli impianti realizzati



lizzando parametri come benessere personale, gratificazione professionale, senso di appartenenza e altro ancora, ha dato risultati molto lusinghieri, superiori a quelli di tutte le altre aziende testate.

Ravera conclude ricordando che «ci stiamo muovendo con particolare interesse nel settore dell'idrogeno e del trattamento delle acque industriali, con occhio attento alla transizione energetica e riduzione di Co2».

di Dario Dolci

Pane e prodotti da forno Mezzo secolo con Bettinelli

PANIFICIO A BAGNOLO CREMASCO

Federica, Silvio e Claudio: tre fratelli alla guida dell'impresa familiare
Tutte le notti si impasta e si inforna

Mezzo secolo di pane e di prodotti da forno. Mezzo secolo di lavoro che al Panificio Bettinelli di via Antonietti a Bagnolo Cremasco è valso la targa di negozio storico assegnatagli dalla Regione Lombardia nei mesi scorsi. A riassumere i 50 anni di attività è **Federica Bettinelli**, che sta portando avanti la produzione insieme ai fratelli **Silvio** e **Claudio**: «Il panificio esiste da decenni. Nostro padre ci lavorava come dipendente e poi a un certo punto lo ha rilevato dal precedente proprietario. Quando è andato in pensione, nel 2010, gli siamo succeduti noi figli».

In tutto questo tempo, la sede non è mai cambiata. «Anche il locale è storico – precisa Federica – non soltanto l'attività. Non ci siamo mai mossi da qui. Il fatto di essere in centro al paese agevola i nostri clienti». Che comunque non sono soltanto quelli al dettaglio, come spiega la giovane donna che si occupa della vendita: «Serviamo anche alcune rivendite in diversi paesi del Cremasco, come Spino d'Adda, Vaiano e Agnadello, ma anche la Sodexo e Volpi per quanto riguarda le mense scolastiche. Facciamo ancora il pane di una volta. Il lavoro non manca».

È un lavoro di sacrificio, come conferma Federica: «I miei fratelli iniziano a impastare e a infornare a mezzanotte e mezza e finiscono alle 11 di mattina. Al pomeriggio dormono. L'unica sera che non lavorano è quella del sabato». Il che però non significa che la domenica



Pane di vari tipi appena sfornato e sotto il negozio di Bagnolo Cremasco



il negozio sia chiuso. «Considerato che abbiamo anche la pasticceria, la domenica mattina siamo aperti. Le uniche due mezze giornate di riposo sono la domenica e il lunedì pomeriggio». Per andare incontro alle esigenze della clientela, la panetteria, oltre ai pasticcini, vende anche salumi, perché i negozi di vicinato nei paesi stanno scomparendo e occorre supplire alla loro mancanza. Lo spazio per ospitare generi alimentari diversi non manca, anche se, essendo in centro al paese, non ci sono possibilità di ampliamento. La famiglia Bettinelli va fiera del fatto che l'attività sia passata di padre in figlio, cosa che di questi tempi non è più frequente come una volta. Oggi, i giovani prendono spesso altre strade, soprattutto quelli che decidono di frequentare l'università. «Noi abbiamo voluto raccogliere il testimone – afferma Federica – e portare avanti il lavoro dei nostri genitori. Il problema si pone per il futuro, considerato che abbiamo tutte figlie femmine. La notte è già difficile far lavorare i maschi. Quello del panettiere è un mestiere che richiede sacrificio».

di Dario Dolci



La Trattoria Le Villette si trova a Crema
in via Podgora, di fianco alla chiesa di S. Giuseppe



‘Le Villette’? Cucina tipica E la scommessa è vinta

LA TRADIZIONE CHE CONQUISTA

***Il progetto di due amici (Egidio Lunghi e Francesco Guerini) è partito nel 2010
«Puntiamo sui piatti del territorio»***

Tutto è partito dall'incontro di due vecchi amici, entrambi con esperienze accumulate nell'ambito della ristorazione, che hanno deciso di mettersi insieme e di rilevare la gestione della Trattoria Le Villette. «Abbiamo aperto nel novembre 2010 – spiega **Egidio Lunghi**, contitolare insieme a **Francesco Guerini** – dopo che il locale era stato chiuso dal precedente gestore. Abbiamo reinventato tutto e siamo ripartiti su una base nuova. La nostra è stata un po' una scommessa, quella di puntare sulla cucina tipica locale. Io e Francesco avevamo avuto esperienze precedenti nel settore della ristorazione, percorrendo però strade diverse. Ci conoscevamo da anni ed eravamo sempre stati amici. Più volte avevamo condiviso il desiderio di aprire un locale insieme e quando si è presentata l'occasione lo abbiamo fatto».

‘Le Villette’ è una trattoria con una forte caratterizzazione locale. «I piatti del territorio – prosegue Lunghi – vengono preparati con prodotti selezionati delle aziende locali. Nel nostro menù ci sono Salva con le tighe o dorato, gnocco fritto

con salumi, ravioli di lepre oppure con verdure di stagione, ravioli di carne in brodo. Inoltre privilegiamo le carni: dalla classica costata fiorentina al coniglio cucinato in vari modi. Abbiamo piatti anche per chi ha delle intolleranze. Tutti i dolci, poi, sono fatti da noi».

In un menù locale, che varia ogni due mesi, un posto di eccellenza spetta ai tortelli cremaschi. «In questi anni sono venuti da noi a mangiarli anche tantissimi stranieri, che sono stati a Crema e dintorni per visitare i luoghi del film *Call me by your name*». A parte questo tocco internazionale, la clientela delle Villette, col tempo si è ampliata. «Quando abbiamo aperto – racconta Lunghi – i nostri primi clienti sono stati gli amici e i conoscenti. Poi, con il passaparola, la gente è aumentata sempre più».

Alle trattoria Le Villette ci si va per scelta, anche perché il locale è un po' nascosto e occorre conoscerlo. Si trova in via Podgora, di fianco alla chiesa di San Giuseppe lavoratore, dove un tempo c'erano i campi da bocce della Ferriera. «Non siamo un ristorante di passaggio o del centro città, dove uno ci passa davanti e lo vede per forza. Chi viene qui è perché ci conosce». A Le Villette c'è posto per 45 coperti all'interno e per 55 nel dehors. «Ci fermiamo a questi numeri – sottolinea Lunghi – perché non siano dimensionati per riceverne di più e non vogliamo fare aspettare il cliente una volta seduto a tavola».

In cucina, i due cuochi sono lo stesso Lunghi e **Barbara Severgnini** e con loro collaborano Francesco Severgnini e Emanuela Bresciani. In sala, invece, insieme a **Francesco Guerini**, lo staff è composto da **Luca Bettinelli** e da **Gabriella Valcarengni**.



Libera Associazione Artigiani

**...la soluzione
ai tuoi problemi!**

CREMA - via G. Di Vittorio, 36
PANDINO - p.zza V. Emanuele III, 11
RIVOLTA D'ADDA - via D. Alighieri, 4

www.liberartigiani.com



di Dario Dolci



Una foto storica di negozio di barbiere a Ombriano e Gian Alberto Poloni, 75 anni, con un giovanissimo cliente



Barba e capelli da 90 anni Quando il lavoro è passione

POLONI, SIMBOLO DI OMBRIANO
«Ho clienti di tutte le età, dai 4 agli 80 anni: aggiornarsi è importante per riuscire a soddisfare tutti»

Novant'anni di attività, equamente suddivisi tra padre e figlio. Novant'anni a tagliare capelli e a fare la barba a clienti abituali e occasionali. Una passione che non si affievolisce nemmeno con l'avanzare dell'età. Perché, senza scomodare Confucio, 'se scegli il lavoro che ami, non lavorerai neppure un giorno in tutta la tua vita'.

Per **Gian Alberto Poloni**, il suo negozio di parrucchiere è la prima casa. «Ci sto da 45 anni e prima di me ne aveva fatti altrettanti mio padre. Ho 75 anni ma non mi passa nemmeno per la testa di smettere». Gian Alberto, che i 90 anni li ha festeggiati con una grande festa e 150 invitati, racconta la sua storia. «Ho sempre lavorato a Ombriano. Il primo negozio era in via Monte Nevoso, in quella che viene chiamata la Curt dal munt. Poi mi sono spostato in piazza Benvenuti e da 32 anni sono in via Rampazzini. Ho imparato il mestiere da mio papà Angelo. Inizialmente avevo un'altra occupazione, poi ho incominciato a dargli una mano e mi sono appassionato. Ho frequentato la scuola per parrucchieri a Lodi e quando lui ha

smesso gli sono subentrato».

All'Accademia Calam di Lodi, Gian Alberto non è stato soltanto un allievo. «Dopo essermi diplomato, vi ho insegnato per 23 anni. La sera chiudevo il mio negozio alle 19.30 e dalle 20 alle 23 andavo a Lodi a fare lezione ai ragazzi che volevano imparare il mestiere. Poi ho fatto corsi integrativi per parrucchieri da uomo che volevano imparare anche il taglio da donna e viceversa. Ancora oggi, quando serve, mi chiamano per fare gli esami». Da allora, il parrucchiere di Ombriano non ha mai smesso di aggiornarsi. «Ho sempre fatto corsi di aggiornamento, perché la clientela di oggi è molto più esigente di quella di quarant'anni fa. Devisaper seguire le mode del momento. Le aziende che vendono prodotti per parrucchieri organizzano spesso delle giornate di aggiornamento».

Oltre che un negozio, quello di via Rampazzini è un punto di ritrovo per amici e clienti. «C'è gente che trascorre qui anche delle ore. Nel 1987 ho fondato la società di pesca di Ombriano. Prima avevamo la sede in un bar. Dopo che ha chiuso l'ho trasferita in negozio. Gli amici vengono per decidere dove andare a pescare la domenica ma tra gli argomenti di maggiore discussione, il calcio resta al primo posto».

Anche se la concorrenza è aumentata, Gian Alberto mantiene uno zoccolo duro di clienti. «C'è gente che nella sua vita non ha mai tagliato i capelli da un'altra parte se non da me. Ho clienti da 4 a 80 anni. Con molti di loro ci conosciamo da una vita. Mio padre si faceva voler bene e io ho cercato di fare altrettanto». Il cruccio di Gian Alberto è che dopo di lui il negozio è destinato a chiudere. «Mio figlio ha scelto un'altra strada. Una volta gli artigiani si passavano il testimone, oggi non è più così».

Maestri artigiani in vetrina per celebrare il Made in Italy

UNA SETTIMANA SPECIALE

La CNA ha partecipato all'iniziativa del Ministero promuovendo tanti appuntamenti, molti rivolti agli studenti

L 15 aprile è stata celebrata la giornata del Made in Italy. L'iniziativa promossa dal ministero delle Imprese e del Made in Italy in occasione della data di nascita di Leonardo Da Vinci, il genio che rappresenta la creatività italiana. Quattrocento le iniziative di rilievo culturale, sociale, scientifico, artistico, storico e sportivo organizzate nel corso della settimana dedicata al Made in Italy, dal 15 al 21 aprile, distribuite su tutto il territorio nazionale per tramandare valori, abilità e capacità a quelli che saranno i futuri imprenditori del domani.

La CNA ha partecipato all'iniziativa del Ministero promuovendo una serie di appuntamenti in tutto il territorio nazionale, offrendo una vera e propria vetrina a tutti i settori del Made in Italy. Imprenditori e maestri artigiani hanno aperto le loro porte ai cittadini, coinvolgendo in particolare gli studenti di ogni ordine e grado, allo scopo di stimolare il loro interesse per lo studio e le future opportunità professionali legate al Made in Italy.

Anche il territorio di Cremona è stato in prima fila in questo importante appuntamento. Si è svolta a Cremona, l'ottava edizione dell'evento nazionale organizzato da CNA Federmoda 'Made in Italy: valore economico, sociale e etico' che si è concluso oggi presso il campus Santa Monica dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Sono state due giornate intense di contenuti e collaborazioni strategiche: si è tenuta una tavola rotonda con esperti del settore e workshop tematici per lo sviluppo di proposte progettuali a sostegno del settore Moda e dell'artigianato Made in Italy. Nella giornata conclusiva si è tenuto un convegno pubblico con testimonial e case history con meeting e networking tra giovani e aziende. In questa giornata sono state invitate alla partecipazione le scuole secondarie di secondo grado del territorio. L'obiettivo del convegno è stato quello di essere un momento



di approfondimento per analizzare modelli di business, nuovi attori del panorama internazionale, nuove normative impattanti il settore e scenario globale. Far emergere come la fotografia attuale del settore possa traghettarsi verso un'industria soggetta costantemente ad evoluzioni di mercato disruptive.

Per dare il giusto valore all'artigianato dobbiamo lavorare anche sull'attrattività verso le giovani generazioni, mostrando loro l'evoluzione del settore e quante sono le opportunità offerte dalla componente produttiva del no-



A Cremona si è concluso oggi l'evento organizzato da CNA Federmoda Un focus sullo stato di salute delle imprese del tessile dell'abbigliamento e della pelletteria e sui nuovi modelli di business

stro mondo.

Il convegno è stato aperto dai risultati dell'indagine condotta dal Centro Studi CNA e CNA Federmoda presso le imprese operanti nei settori del tessile, dell'abbigliamento, della pelletteria e delle calzature all'obiettivo di illustrare lo stato di salute del 'Sistema Moda'. Un confronto aperto con i rappresentanti politici e istituzionali del territorio e non solo, al fine di presentare loro le istanze e i messaggi emersi dai gruppi di lavoro del giorno precedente.

L'incontro ha visto la presenza di **Silvia Sardone**, deputata della Lega al Parlamento Europeo e Consigliere comunale a Milano; **Maria Angela Danzi**, deputata del Movimento 5 Stelle al Parlamento Europeo; **Lara Comi**, deputata di Forza Italia al Parlamento Europeo, **Fabio Pietrella** deputato di Fratelli d'Italia - Co-presidente dell'Intergruppo parlamentare Moda; **Patrizia Toia**, deputata del Partito Democratico al Parlamento Europeo. Alla tavola rotonda, coordinata dal responsabile nazionale Federmoda **Antonio Franceschini**, ha partecipato anche **Marco Landi**, Presidente Nazionale CNA Federmoda. Le conclusioni invece

sono state affidate al Presidente nazionale della CNA **Dario Costantini**.

«Dobbiamo tutti insieme, mondo delle imprese, istituzioni e sistema formativo, lavorare per riportare l'attenzione dei giovani verso l'impegno manifatturiero nel settore - ha affermato il Presidente Nazionale di CNA Federmoda Marco Landi - e inoltre dobbiamo immaginare politiche di accoglienza per quegli immigrati che hanno competenze nel settore e favorire percorsi di ulteriore formazione per gli stessi». Altro fattore messo in evidenza da Landi è la necessità di strutturare un sistema

del credito più a dimensione di Pmi intervenendo anche per diluire il rientro dei crediti concessi in fase Covid alle imprese affinché le stesse possano essere nelle condizioni di investire in un periodo di potenziale ripartenza.

«Il Governo e il Parlamento, nel corso delle diverse legislature si sono adoperati per sostenere tanti settori. Non possiamo dire altrettanto per la moda, nonostante questa spesso viene utilizzata come vanto della Nazione e ambasciatrice dell'Italia nel mondo», ha concluso il Presidente Landi.



Crescere è un percorso.

E comincia in CNA.

SERVIZI

- Paghe e contabilità
- Consulenze specialistiche
- Ambiente e Sicurezza
- Cyber security

TUTELA

- Rappresentanza delle PMI
- Assistenza legale
- Consulenza 360°
- Welfare aziendale

SVILUPPO

- Bandi e agevolazioni
- Formazione
- Innovazione e sostenibilità
- Servizi per la digitalizzazione

CREDITO

- Finanziamenti
- Leasing
- Rapporti con le banche
- Informazioni creditizie

cnacremona.it



**Entra anche tu
in CNA Cremona.**



Artigiani
Imprenditori
d'Italia

Cremona

Via Lucchini, 105 – Cremona
0372/442211
artigiani@cnacremona.it

Crema, Via del Macello 21/D - 0373.80384
Casalmaggiore, Via Marcheselli 72 - 0375.43824
Soresina, Via Genala 54 - 0374.343049



L'iniziativa 'Vogliamo che ci sia ancora un domani' che si è svolta a Roma nei giorni scorsi

La filiera cinematografica e audiovisiva lancia l'allarme

SOSTEGNO PUBBLICO IN RITARDO
È composta da oltre 9mila imprese
e dà lavoro a circa 180mila persone
Nel 2024 brusco stop alle produzioni

«L'appuntamento 'Vogliamo che ci sia ancora un domani' è nato con l'obiettivo di unire le diverse sigle rappresentative di una filiera lunga e articolata, provando a fare sintesi delle proposte in un'ottica di positiva e fattiva collaborazione con l'esecutivo, e nello specifico con il ministero della Cultura che svolge un ruolo fondamentale di regolamentazione e supporto al settore». Così il presidente di CNA Cinema e Audiovisivo, **Gianluca Curti**, ha descritto l'iniziativa di qualche giorno fa, che si è trasformata in un appello di tutta l'industria cinematografica e audiovisiva indipendente italiana che ha gremito in ogni ordine di posti le sale del cinema 'Adriano' a Roma «non per battere cassa ma per raccontarci e fermare una narrazione sbagliata sul cinema». La filiera cinematografica e audiovisiva italiana è composta da oltre 9mila imprese, e negli ultimi anni ha generato un'occupazione diretta di oltre 65mila persone, e 114mila occupati

nelle filiere connesse. In Europa siamo il quarto mercato di riferimento, il terzo per produttività dopo Germania e Francia. Si tratta di un settore dinamico con elevata occupazione giovanile e femminile e con competenze digitali e linguistiche avanzate, che produce effetti economici e occupazionali importanti e qualificati, con un moltiplicatore industriale stimato in 3,5. Il primo trimestre 2024 ha registrato un arresto brusco della produzione cinematografica e audiovisiva, dovuto all'incertezza e al protrarsi del ritardo nell'attuazione delle misure di sostegno pubblico al settore. Da una situazione di piena occupazione e forte crescita in tutti i segmenti della filiera, siamo oggi di fronte a una vera e propria emergenza con molte produzioni rinviate o cancellate. I sindacati indicano che i livelli occupazionali stanno precipitando, con molti lavoratori costretti a ricorrere alla indennità di disoccupazione (Naspi) e molti teatri di posa vuoti se non per qualche produzione straniera. «Siamo certi – ha sottolineato Curti – che il messaggio positivo che è uscito dall'incontro, al quale hanno partecipato più di 1.500 imprese e operatori provenienti da tutto il territorio nazionale, sarà considerato come uno spunto fondamentale per le prossime decisioni che il ministro Gennaro Sangiuliano e il sottosegretario Lucia Borgonzoni saranno chiamati a prendere nei prossimi mesi. Ci aspettano mesi importantissimi in cui ridisegnare il quadro degli strumenti del settore, un percorso che siamo sicuri realizzeremo insieme perseguendo i medesimi obiettivi di valorizzare e difendere – ha concluso Curti – un settore fondamentale per il Pil, l'occupazione e la promozione dell'immagine dell'Italia nel mondo».

di Andrea Arco

Step per la competitività con il bando innovazione

PIANO DI SVILUPPO RURALE 2024

Luci e ombre: opportunità molto interessanti ma procedimenti non proprio alla portata di chiunque

La filiera si prepara a un nuovo salto nell'innovazione e competitività, compatibilmente coi fondi messi in campo, e con alcune storture inevitabilmente legate a un piano ad ampio spettro, col programma relativo agli 'Investimenti produttivi per la competitività delle aziende agricole', nell'ambito del Piano di Sviluppo Rurale 2024. Il primo periodo di attuazione del bando, partito il 15 aprile e attivo fino al 9 settembre, segna l'inizio di una fase cruciale per tutte le imprese del settore che vogliono potenziare la presenza sui mercati e migliorare la redditività ma anche e soprattutto mettersi in linea con gli standard sempre più stringenti dell'Ue.

Luci e ombre disegnano una situazione che si alterna fra opportunità molto interessanti e procedimenti non proprio alla portata di chiunque: «La novità dell'apertura al finanziamento di tutte le macchine agricole (non a motore, eccetto quelle elettriche) è certamente importante e positiva; d'altro canto è controbilanciata – afferma il vicedirettore della Libera Associazione Agricoltori Cremonesi **Renzo Ardigò** – da un meccanismo che sarebbe difficile non definire quantomeno farraginoso e che vede la necessità della richiesta del 50% del contributo con garanzia fidejussoria entro 12 mesi dall'ammissione al finanziamento. La complessità burocratica del procedimento non avvantaggia certo gli agricoltori. Come Libera, tuttavia – assicura – abbiamo fortunatamente uffici e strumenti per lavorare in assistenza dei nostri associati per il periodo, fino alla scadenza dei termini prevista a settembre».

Con una dotazione finanziaria complessiva di 175 milioni di euro, divisa in 110 milioni per il primo periodo e 65 per il secondo, il programma mira a dare la possibilità alle imprese agroalimentari, del settore zootecnico e vegetale



**Renzo Ardigò
vicedirettore
della Libera
Agricoltori:
«La novità
dell'apertura
al finanziamento
di tutte
le macchine
agricole
è certamente
importante
e positiva»**





Con una dotazione finanziaria complessiva di 175 milioni di euro il programma si pone l'obiettivo di dare la possibilità alle imprese di aggiornarsi sul parco macchine e sui mezzi anche informatici

di proporre investimenti, tenendo anche conto di un nuovo sviluppo comprendente anche il miglioramento dei parametri di sostenibilità. Le risorse sono allocate in base alla zona altimetrica, distinguendo tra aziende di montagna e pianura, nonché per comparto produttivo, sia zootecnico che vegetale. Per esempio: nel primo periodo, le aziende di pianura potranno beneficiare di 52 milioni e mezzo per le aziende zootecniche e 35 per quelle vegetali. Le aziende che possono presentare la domanda includono: imprese individuali, società di persone, capitali o cooperative che possiedono la qualifica Iap e sono con-

formi alla 'direttiva del consiglio del 12 dicembre 1991 (91/676/Cee) - direttiva nitrati'.

Gli investimenti ammissibili comprendono una vasta gamma di interventi. Si parte dal miglioramento fondiario per passare agli impianti o reimpianti di colture arboree specializzate; c'è poi l'adeguamento impiantistico, igienico-sanitario e per la sicurezza dei lavoratori, l'acquisto di impianti e dotazioni fisse, di nuove macchine e attrezzature agricole, la realizzazione di strutture e dotazioni per la protezione delle colture, di apparecchiature e strumentazioni informatiche relative agli investimenti già fatti e di impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili. La spesa minima ammessa tocca quota 50mila euro, mentre quella massima è di tre milioni.

La guida all'utilizzo. I beneficiari possono ottenere un contributo che varia dal 40% al 50% della spesa totale ammessa.

La classifica si fa così. Tiene conto della qualità e delle caratteristiche del progetto, con un punteggio minimo di accesso di 30 punti. Tutti i criteri poi si trovano nel bando e servono: un piano aziendale per lo sviluppo dell'attività; un progetto per le opere edili; la copia del permesso di costruire o della SCIA alternativa e un computo metrico preventivo per le opere. Per le nuove macchine, inoltre è richiesto un report di stampa ottenuto dall'applicativo del prezziario dei costi massimi unitari, oltre a un preventivo di spesa.

Occhio alle graduatorie. La definitiva, dopo la valutazione di tutte le domande, sarà effettuata a seguito della conclusione di un'istruttoria e pubblicata una classificazione del 'Burl'. Per il primo periodo, la data di pubblicazione è prevista per il 21 aprile dell'anno prossimo.



Tutela la tua azienda



Scegli l'**ASSICURAZIONE** su misura per te

Con il piano di sviluppo rurale reg Ue 1305/2013 le assicurazioni per coprire i **rischi vegetali e le epizootie** beneficiano di **contributi comunitari** che ne abbattano sensibilmente i costi. Il contributo previsto è fino al **70% del costo della polizza agevolata**.

Per la parte **zootecnica** inoltre, i **costi di smaltimento delle carcasse** beneficiano di un **contributo nazionale fino al 50%** del premio assicurativo che viene **anticipato dai consorzi di difesa**.

È previsto anche un contributo regionale che abbassa ulteriormente il premio della polizza.

La nostra organizzazione sindacale si è attivata concordando con **primarie società assicurative** accordi di assistenza a favore dei propri associati.

Per maggiori informazioni contatta i nostri uffici.

SEDE CENTRALE:

CREMA P.zza del Comune, 9
Tel. 0372 4651 **CENTRALINO UNICO**
e-mail: segreteria@liberacr.it
Recapito: **Ostiano**

UFFICI DI ZONA:

CREMA Via Cavour, 47
SORESINA Piazza Italia, 3
CASALMAGGIORE Via Saffi, 6
PIADENA Via Libertà, 64
Recapito: **Calvatone**
PANDINO Via Castello, 9
SONCINO Via IV Novembre, 23
CASTELLEONE Piazza Strafurini

di Andrea Arco



La delegazione dell'Anga che ha promosso l'incontro a Grumello e il pubblico

La sfida dell'agrivoltaico tra presente e futuro

L'ANGA A FIERAGRUMELLO

Centrale il tema delle energie pulite
Faverzani: «Una grande opportunità ma sono necessarie regole certe»

Energia pulita e agricoltura: tra norme e occasioni, burocrazia e costi. Un tema di grande interesse che ha richiamato tante persone a Fieragrumento in occasione del dibattito intitolato 'Agrivoltaico, nuova opportunità per il settore?' promosso dall'Anga. Il presidente, **Paolo Faverzani**, ha introdotto l'argomento: «Quando ci si trova ad affrontare un tema così complesso e in parte ancora fumoso, il confronto diventa ancora più importante. La possibilità di avere le idee chiare sulla situazione attuale è una priorità per gli imprenditori agricoli che devono investire tempo, denaro ed energie in questo settore». La presidente della fiera di Grumello, **Maria Vittoria Berselli**, ha ringraziato i giovani imprenditori agricoli di casa Confagricoltura perché «ogni anno si fanno promotori di interessanti momenti di formazione e confronto».

Il presidente della Libera Associazione Agricoltori Cremonesi, **Cesare Soldi**, ha tracciato la 'roadmap' di un

percorso che rappresenta una grande opportunità: «Se da un lato l'agricoltura è elemento cardine per la filiera energetica per decarbonizzare il settore energetico, è altrettanto vero che le agroenergie rappresentano per l'agricoltore un'opportunità di contenimento dei costi operativi e di potenziale integrazione e diversificazione del reddito. C'è necessità di un sempre maggiore sostegno politico per consentire la realizzazione di progetti virtuosi in tal senso».

L'esperto **Francesco Gerevini** ha aperto la tavola rotonda. Il professore ha illustrato gli aspetti normativi del bando rivolto alle aziende agricole per la realizzazione di impianti fotovoltaici innovativi elevati da terra. Gerevini ha spiegato come funziona, a livello agronomico, la possibile sinergia tra produzione energia elettrica da fotovoltaico e coltivazione del fondo. Poi il focus sulle carte: al momento è stato pubblicato il decreto contenente gli incentivi a sostegno della realizzazione degli impianti. Si è però in attesa dei decreti attuativi da parte del Gse.

Mario Cattaneo e **Gabriele Diedolo** hanno arricchito l'analisi tecnica approfondendo la tematica sotto il punto di vista economico-finanziario e il presidente della Sezione Bioeconomie Nazionale di Confagricoltura, **Alessandro Bettoni**, si è soffermato sull'importanza strategica del settore agricolo rispetto alla produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili, anche in vista dei parametri imposti dal Piano Nazionale Integrato Energia e Clima che prevede un'importante quota annua di energia rinnovabile da produrre da qui al 2030.



REI-REINDUSTRIA APRE AI PRIVATI

Le realtà del privato (banche e associazioni di categoria) tornano ad avere voce in capitolo in Rei-Reindustria. Negli ultimi anni, per ragioni di natura normativa, Rei è diventata al 100 % controllata pubblicamente, partecipato oggi da Camera di Commercio di Cremona al 59%, da Comune di Cremona al 7%, da Comune di Crema al 33% e da ConsorziolT allo 0,45%. Soddisfatto il presidente Marco Bressanelli: «Una coesione che serve per affrontare tutte le nuove sfide». L'unione fa la forza.



CRIT-NEW COBOX: CRESCONO LE IMPRESE

Nei giorni scorsi è stata rinnovata fino a luglio 2026 la convenzione New Cobox tra Crit, Comune e Aem. I numeri a supporto del progetto Cobox, lo spazio di coworking interno al Crit, danno il senso di una scommessa vinta: l'occupazione è passata dalle 36 postazioni previste nel 2022 alle 66 del 2023 fino alle 90 attuali, ovvero la sua massima capienza. Presentato anche il progetto 'Build Your Idea' in collaborazione con l'Università Cattolica e il Cersi. Tante idee, tanto lavoro da fare...



CARDAMINOPSIS, PROGETTO AL PALO

Il progetto Cardaminopsis, il centro commerciale che dovrebbe sorgere a Picenengo, è congelato. La Regione ha chiesto di sottoporre il progetto alla procedura di Valutazione d'impatto ambientale. Le categorie del commercio, da sempre contrarie, rincarano la dose. Confcommercio parla di progetto «immorale»; per Confesercenti si tratta di «un piano che ucciderebbe definitivamente il commercio in centro». Una bella 'gatta da pelare' per il nuovo sindaco di Cremona.



IL PONTE DI CASALMAGGIORE È 'AL VERDE'

Il ponte di Casalmaggiore - chiuso nel 2017 per ragioni di sicurezza e riaperto due anni dopo - è inserito nei piani dell'Anas, ma senza un euro di finanziamento. Una beffa... Nel Contratto di programma tra Ministero delle Infrastrutture e Anas, deliberat il 21 marzo, non ci sono le risorse. La denuncia arriva da Matteo Piloni e Marco Carra, consiglieri regionali del Pd. Una vera doccia fredda che pesa sul territorio casalasco e sull'intera provincia di Cremona. Sulle infrastrutture, come sempre, solo promesse.

**mondo ...
business**

Iscrizione al Tribunale di Crema
n. 109Tu del 27.04.1999

Supplemento del quotidiano
La Provincia
di Cremona e Crema
di Sabato 20 aprile 2024

Chiuso in redazione:
Mercoledì 17 aprile 2024

Direttore responsabile
Luca Puerari

Hanno collaborato
Andrea Arco, Nicola Arrigoni, Nicola
Artoni, Antonella Bodini, Elisa
Calamari, Gianluigi Cavallo, Pierluigi
Cremona, Dario Dolci, Matteo
Ferrari, Andrea Gandolfi, Riccardo
Maruti, Stefano Sagrestano, Luca
Ugaglia

Progetto Grafico
Angelo Ghidelli

Editore
S.I.T. Srl

Pubblicità
PubliA Div. Comm. S.E.C. Spa

Stampa
Csq Erbusco (BS)



Associazione Industriali
Cremona



Artigiani
Imprenditori
d'Italia

Cremona



libera
associazione
artigiani



LIBERA ASSOCIAZIONE
AGRICOLTORI CREMONESI



Soluzioni su misura per la tua azienda

Gli esperti nel mondo della zootecnia e delle
energie rinnovabili



Carpenteria metallica

Realizzazione strutture
certificate UNI EN 1090
per l'industria e la zootecnia

Energie rinnovabili

Progettazione e realizzazione
impianti fotovoltaici
e biogas

Impianti zootecnici

Allestimenti completi per
stalle, progettati e realizzati
curando i minimi dettagli





Scegliere Grana Padano significa abbracciare i valori italiani.

I luoghi dove nasce, la maestria dei casari, le tradizioni, l'allegria a tavola,
l'amore per la cultura, il benessere e la passione.
È il gusto italiano che ha fatto innamorare il mondo.
Un'emozione da condividere.



Un'emozione italiana.

IL FORMAGGIO DOP PIÙ CONSUMATO AL MONDO.

