

Alici & CO.

Intervista/Interview

Stefano Spagnoli, pittore.
Stefano Spagnoli, painter.

Luoghi/Places

Piazza Duomo - Parma.
Piazza Duomo - Parma.

Progetti/Projects

Decarbonizzazione.
Decarbonisation.



*Incidenti
geografici*
Accidents of Geography



EDITORIALMENTE / EDITORIALLY

Incidenti geografici

Accidents of Geography

Abbiamo voluto intitolare questo numero “Incidenti geografici” per raccontare una storia che lascia tutti piuttosto sorpresi, ovvero di come a Parma – città lontana dal mare – si sia sviluppato il più importante distretto delle conserve di alici. Il termine “incidente” è volutamente provocatorio e ci invita a riflettere, perché è nostra convinzione che certe cose non nascano dalla casualità, bensì da persone illuminate che con grande perseveranza rendono possibile l’impensabile.

Partendo da questo racconto, ci interroghiamo sul ruolo del territorio e lo facciamo muovendo dal passato, analizzando il presente e volgendo uno sguardo al futuro, convinti che certi ragionamenti, siano essi strategici o visionari, permettano di intavolare temi sui quali un’impresa dovrebbe oggi interrogarsi per affrontare le sfide del mercato e del proprio ruolo all’interno della società. Ci siamo poi arricchiti di nuove firme come quella di Franco Mosconi, Professore associato di Economia Industriale all’Università di Parma e autore di numerosi libri sui distretti industriali. C’è poi il ritratto di Stefano Spagnoli, artista, scrittore, pensatore ma soprattutto grande uomo di cultura che, tra il serio e l’ironico, coglie il nostro invito e ci parla della differenza tra segno e simbolo, commentando la somiglianza tra il marchio Delicium e una scultura dell’Antelami che ritroviamo all’interno del Battistero. Parliamo poi di “Parma città d’oro”, un progetto di riflessione urbana che sottolinea come a Parma il dialogo e il confronto sui temi della sostenibilità si stiano muovendo con grande intensità e di come anche Delicium, nel suo percorso, si sia fatta carico di questi ragionamenti con alcuni grandi progetti come la lotta allo spreco alimentare e la decarbonizzazione.

We have decided to entitle this issue “Accidents of Geography” to tell a story that everyone finds rather surprising: the tale of how Parma – a city a long way from the sea – became home to the biggest anchovy canning district. The term “accident” is deliberately provocative and encourages us to think, because we believe that, in reality, some things do not come about by chance, but are achieved by enlightened people who work with great perseverance to make the unthinkable possible.

Starting from this story, we will consider the role of geographical location, beginning with the past, analysing the present and casting an eye towards the future, in the conviction that strategic or visionary lines of thought can trigger a discussion on issues a company has to consider today in order to face the challenges of the market and fulfil its role within society. We have also welcomed important new authors including Franco Mosconi, Associate Professor of Industrial Economics at the University of Parma, and author of many books on industrial districts. This issue includes, too, the portrait of Stefano Spagnoli, artist, writer and thinker but above all a great man of culture who, in partly serious and partly ironic terms, accepts our invitation and talks to us about the difference between a sign and a symbol, starting from the resemblance between the Delicium logo and a sculpture by Antelami in the Baptistry of Parma. We’ll move on to “Parma città d’oro”, a project which encourages people to think about the city and which highlights the intensity of the dialogue and debate on issues of sustainability. Delicium has taken this line of reasoning on board with a number of major projects such as the prevention of food waste and decarbonisation.

Il distretto industriale delle alici a Parma The anchovy industrial district in Parma

Come è possibile che Parma, città lontana dal mare, sia la capitale delle alici in scatola? Le ragioni sono principalmente storiche. In questo territorio infatti - a fine '800 - complice la nascente industria conserviera del pomodoro, iniziano a svilupparsi le competenze tecniche: fioriscono importanti aziende di impiantistica industriale, le prime fabbriche di scatoline prestampate (tra tutte la *Ligure Emiliana* e la *Metalgraf*) e poi la ricerca - chimica e microbiologica - che vede nella Stazione Sperimentale delle Conserve ancora oggi il suo rappresentante più qualificato. In breve tempo nasce un vero e proprio distretto industriale, che ha saputo superare due guerre e ha profondamente caratterizzato un territorio, quello di Parma, vocato alla conservazione degli alimenti. Dopo oltre 100 anni e quattro generazioni, oggi nella nostra città hanno sede le più importanti aziende di alici conservate, che rappresentano insieme oltre il 70% del mercato.

Delicious ha sempre creduto nella valorizzazione di questo distretto, pubblicando nel 2015 un volume con Mondadori dal titolo "Alice o Acciuga?" che ha segnato un documento storico-narrativo importante nel nostro settore. Oggi le aziende di questo distretto, pur concorrenti sul mercato, hanno gestito con grande sinergia elementi non competitivi all'interno di progetti di marketing territoriale promossi dalla città, come "Settembre Gastronomico": un mese di eventi dedicati alle filiere più rappresentative del nostro territorio (oltre alle acciughe, anche pasta, pomodoro, prosciutto e parmigiano). Nella settimana dedicata alle alici, viene organizzato il contest "L'Acciuga d'Argento", un premio consegnato al vincitore di un'accesa sfida ai fornelli che si realizza attraverso piatti in cui protagoniste sono le alici.

How could Parma, a city a long way from the sea, become the canned anchovy capital? The reasons are mainly historical ones. In the late 19C, the birth and growth of the tomato canning industry led to the development of technical expertise in this area, with the foundation of large industrial plant engineering firms and the first pre-printed can manufacturers (especially *Ligure Emiliana* and *Metalgraf*), and encouraged chemical and microbiological research leading to the foundation of the *Stazione Sperimentale delle Conserve*, still leader in research in this field today. A real industrial district rapidly grew up, and it survived both World Wars, making a fundamental contribution to the character of the Parma area, with its vocation for food conservation. After 100 years and four generations, today our city is home to the top preserved anchovy businesses, which together account for more than 70% of the market.

Delicious has always believed in the promotion of this district, and in 2015 it joined forces with publisher Mondadori in a book entitled "Alice o Acciuga?", a major contribution to documenting and recounting our industry's history.

Today, the district's companies, despite being market competitors, have cooperated impressively on the management of non-competitive factors in territorial marketing projects sponsored by the city authorities, such as "Settembre Gastronomico", a month of events focusing on the area's chief production chains (pasta, tomato products, Prosciutto di Parma ham and Parmigiano Reggiano cheese as well as anchovies themselves). The anchovy week within this event features the "L'Acciuga d'Argento" cooking competition, an exciting challenge in which competitors strive to produce the best dish created around anchovies.



LA SALSA PICCANTE / OUR SPICY SAUCE

Nata nel 1974 per gemmazione familiare, Delicious investe fin da subito nella propria tradizione imprenditoriale. Distintiva delle nostre alici, la salsa piccante è prodotta secondo una ricetta custodita e tramandata di generazione in generazione. Founded in 1974 as a family business offshoot, Delicious invested in its business tradition from the outset. A distinctive feature of our anchovies, our spicy sauce is produced to a recipe conserved and handed down from generation to generation.

“ Nasce a fine '800, complice lo sviluppo del distretto del pomodoro. It originated in the late 19C, drawing on the growth of the tomato canning district. ”



Stefano Spagnoli

Due aggettivi per Parma: lontana e perduta.
Two adjectives that describe Parma:
remote and lost.

“Tu la Parma vera non l’hai conosciuta...”

“You’ve never known the real Parma...”

Stefano Spagnoli, classe 1946 ed artista in una famiglia di artisti, ci affascina perché è fuori dagli schemi, ci graffia e irretisce con le parole, come i suoi gatti che tanto ama. Diplomato Maestro d’Arte all’Istituto Paolo Toschi e allievo dell’Accademia di Brera a Milano, è stato Assessore alla Cultura del Comune di Parma negli anni delle celebrazioni e dei grandi restauri, e ci racconta con lucida nostalgia della magnifica officina parmigiana degli anni ’50. Non ci risparmia la dura critica per una bellezza che si è persa e per un linguaggio estetico che non valorizza l’eredità storico-artistica della nostra città, dal Bodoni, al Correggio e Parmigianino. Spagnoli ha regalato a Parma progetti fieristici come Mercante in Fiera, la più grande rassegna italiana di modernariato e collezionismo.

Stefano Spagnoli, born in 1946 and an artist from a family of artists, wrongfoots us right from his opening words: he teases and scratches us with his words, just like his beloved cats. He graduated as a Maestro d’Arte from the Istituto Paolo Toschi and studied at the Accademia di Brera in Milan. City of Parma Councillor for Culture from 1998 to 2004 and a leading figure in the Verdi Festival and in the major restoration projects, he tells us with vivid nostalgia about the “Officina Parmigiana”, the cultural world of 1950s Parma. He is unsparing in his criticism regarding the beauty that has been lost and an aesthetic language that fails to enhance our city’s historic and artistic heritage, from Bodoni through to the great legacy of Correggio and Parmigianino.

He himself has created major exhibition projects for Parma, especially Mercante in Fiera, Italy’s largest antiques, vintage and collectables show.

Stefano, sono parole forti: che valore attribuisce alla critica?

Stefano, your words hit hard: what value do you place on criticism? Parto dalla Parma che vorrei. Una piccola capitale colta, cosmopolita, elegante, bella e sensuale. Ricca di ironia e dolcezza, un poco come l’in-

cantevole *Schiava turca* dell’immenso alchimista Parmigianino; capace di competere con la stupenda ma meno solare *Dama con l’ermellino* leonardesca: sarebbe il marchio ideale della mia Crisopoli, idea già condivisa con l’insuperabile Franco Maria Ricci.

La rimozione della forte espressività di questo segno è un pesante avviso del tempo a venire. Parma da sola sarebbe una festa, un evento gioioso solo se amata, conservata, concupita e rivelata agli eletti scampati alle App mondiali.

I’m focusing on Parma as I would like it to be. An elegant, sensual, beautiful, cosmopolitan, cultured small capital. A city with a distinctive irony and sweetness, rather like the enchanting *Turkish Slave*, painted by the great alchemist Parmigianino. Holding its own with Leonardo da Vinci’s stunning but more sombre *Lady with an Ermine*, the picture would be the ideal logo for my “Crisopoli Cultural Capital”, an idea already shared with the unsurpassed Franco Maria Ricci.

The removal of the expressive strength of this sign, and of the great beauty of our heritage, is, in my view, a heavy warning for the future. Parma alone would be a festival, a joyful event in its own right, if it were loved, conserved, desired, and revealed to the lucky few who have not succumbed to the global Apps.

So di fare un dispetto al tuo “pessimismo cosmico”, ma raccontaci qualcosa che a Parma sa raccogliere oggi il tuo interesse.

I know this is something of an insult to your “cosmic pessimism”, but tell us about something in Parma that interests you today.

Vedo le oscillazioni e i turbamenti di una classe dirigente opaca che si riscatta pienamente in una *sesta colonna* di giovani imprenditori che fronteggiano creativamente i tempi.

I see a vacillating, uncertain, opaque ruling class being overtaken and saved by a *sixth column* of young entrepreneurs, who are facing our age with creativity.

Segno e simbolo Sign and symbol

Irene, imperiosa Alice, mi impone un garbuglio non facile da districare. Io, Bianconiglio, vado sempre di prescia e faccio un po' fatica a sciogliere rebus ancestrali.

La Biblioteca di Babele è stracolma di illazioni esoteriche, storiche, antropologiche, enigmistiche, psicoanalitiche sulla magia e la funzione di simboli e segni nelle nostre mutevoli culture. Io, da sempre, fabbrico immagini e mi arrovello su questi misteri.

Confesso ormai di privilegiare la sordida e funzionale lettura di simboli e segni imposta lucrosamente dalla persuasione occulta e anche dalla critica alla ricerca motivazionale. "Gli oggetti ci comprano" del Dichter e le riflessioni di Vance Packard mi sembrano assai più convincenti delle ebbrezze misteriose di René Guenon e degli interiori labirinti di Carl Gustav Jung.

Semioticamente, il *segno* è qualcosa che sta per qualcos'altro oppure è la rappresentazione sintetica e convenzionale di una astrazione, come il numero, la nota, la lettera dell'alfabeto. Il *simbolo* è un segno contenente valori particolari o universali: bandiera-patria, colomba-pace, Che Guevara-rivoluzione.

In questa pandemia di segni esondanti ed elettronicamente incontenibili amo rievocare René Guenon e il suo "Il simbolismo della croce".

La croce nasce dal sole e nel sole-circonferenza sono inscritte le croci dell'uomo. Da quelle antichissime a quelle tecnologicamente e bellicamente avanzate (albero, modulo umano, svastica, falce e martello).

Nella nostra comunità assume il valore pantocratico ed espiatorio della catarsi cristiana. Anche la croce celtica, quella dell'uomo leonardesco e la patriarcale Croce di Lorena riassumono questo valore.

La croce allusa dall'ideogramma cinese dell'albero è la croce della crescita armoniosa e costante.

I segni e i simboli del nostro strano pianeta tendono a sovrapporsi e a contaminarsi con fraterno diletteggio. Io non ancora sopraffatto dallo straripamento, mi firmo con un'analfabetica e cruciforme X.

Non prima di una citazione doverosa di uno dei figli migliori del

Dichter, il pubblicitario ed esperto di marketing Watson Dunn che considerava pianamente che "ad uno sguardo superficiale, simboli e segni possono apparire sinonimi. I pubblicitari sono chiamati (favorevolmente o sfavorevolmente) 'manipolatori' di simboli. In realtà essi manovrano sia segni che simboli. Essi, consapevolmente o no, usano entrambi per fornire al pubblico idee, impatto, interesse, informazione e impulso". Cinque "i" che possono portare alla stessa "i" di inganno.

L'arcana e atemporale bel-

lezza dei segni e dei simboli sprofonda ormai nelle torbide sabbie dello stupido spreco universale.

Irene, an imperious Alice, challenges me with a mass of tangled thread. I, the White Rabbit, am always in a rush and find it hard to solve ancestral puzzles.

The Library of Babel is overflowing with esoteric, historic, anthropological, enigmatic and psychoanalytic inferences on magic and the function of symbols and signs in our fast-changing cultures.

I've always been producing images and racking my brains over these mysteries.

I must confess that I've been won over to the bare, functional interpretation of symbols and signs successfully imposed by hidden persuasion and also by critics to motivational research.

I find Dichter's assertion that "Objects buy us" and the theories of Vance Packard much more convincing than the mysterious intoxications of René Guenon and the interior mazes of Carl Gustav Jung.

Semiotically, a *sign* is something that stands for something else, or is the synthetic, conventional representation of an abstraction, such as a number, a musical note or a letter of the alphabet. A *symbol* is a sign that contains specific or universal values: flag-fatherland, dove-peace, Che Guevara-revolution.

In this pandemic of uncontrollable, electronically unstoppable signs, I love to look back to René Guenon and his book "The Symbolism of the Cross".

The cross originates from the sun, and mankind's crosses are inscribed in the sun-circumference. They range from the most ancient to the most technologically advanced and warlike (tree, Vitruvian man, swastika, hammer and sickle).

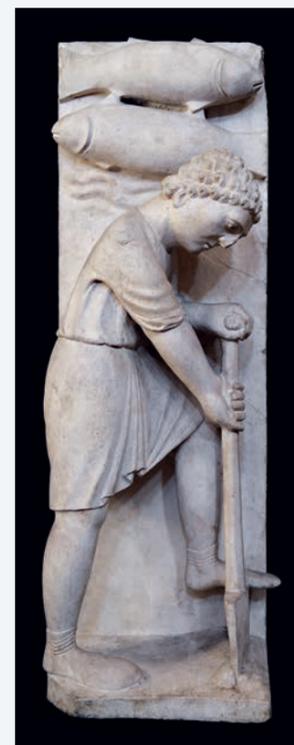
In our community, the cross acquires the pantocratic, expiatory value of Christian catharsis. The Celtic cross, the cross of Leonardo's human figure and the patriarchal Cross of Lorraine also assume this value. The cross alluded to in the Chinese character for the tree is the cross of constant, harmonious growth.

The signs and symbols of our strange planet tend to overlap with and contaminate each other in a spirit of fraternal teasing. I, not yet overwhelmed by this flood of meanings, will sign off with an alphabetic, cruciform X as my signature.

But not before paying due homage to one of Dichter's most impressive disciples, advertising and marketing expert Watson Dunn, who baldly stated that "at first glance, symbols and signs may appear to be the same. Advertisers are referred to (rightly or wrongly) as 'manipulators' of symbols. In fact, they work with both signs and symbols. Whether they realise it or not, they use both to provide the public with ideas, impact, interest, information and impulses".

Five words which begin with "i", just like "inganno", the Italian word for "deception".

The arcane, timeless beauty of signs and symbols is sinking without trace in the muddy sands of idiotic universal waste.



SOMIGLIANZE / RESEMBLANCES
Benedetto Antelami,
Mese di Febbraio, 1210-15 ca.
Parma, Battistero (per gentile concessione della Fabbriceria della Cattedrale di Parma).
Benedetto Antelami,
Month of February,
approx 1210-15, Parma,
Baptistery.



X (Stefano Spagnoli)

DA NON PERDERE / DON'T MISS

Parma città d'oro

Parma città d'oro

Rigenerazione urbana sui nuovi paradigmi della sostenibilità e della quarta rivoluzione industriale.

Urban regeneration on the new paradigms of sustainability and the fourth industrial revolution.

Inaugurata il 10 settembre a Palazzo Bossi Bocchi a Parma, presso la sede di Fondazione Cariparma, quella di *Parma città d'oro* non è soltanto la mostra di un vasto ciclo di progetti architettonici coordinati per la città, ma rappresenta un invito e al tempo stesso un appello perché diventi più intenso l'interesse verso il bene comune per i cittadini che vogliono contribuire alla definizione della visione strategica del luogo dove vivono. È infine anche una chiamata, un'occasione per tradurre in valore le molte energie riscoperte durante la tragica fase della pandemia. Curata da Dario Costi, Francesca Magri e Carlo Mambriani, la mostra diventa anche luogo per una discussione pubblica sui temi salienti del territorio.

“Joseph Rykwert – ci racconta il Prof. Dario Costi – ci ha fatto capire che da sempre la vita in città è una malattia sociale da curare mettendosi idealmente in rapporto con il cosmo, in connessione con un livello superiore all'umano. Abbiamo poi capito che la guarigione viene dagli sforzi collettivi e che gli spazi dove vengono compiuti assumono un valore speciale.

Il rapporto essenziale tra comunità, insediamento e luoghi dell'identità collettiva è l'assetto dialettico che ha guidato gran parte dello sviluppo degli aggregati insediativi occidentali, declinandone intorno agli stessi principi ma in maniera sempre differente la forma urbana, ad ogni latitudine e in ogni geografia. La domanda che non oso farmi e che non potrà mai trovare una risposta – continua Costi – è se davvero Parma più di altre città segna il carattere della cultura di chi la vive o la frequenta”.

Chiude la mostra *La stanza della condivisione*, simbolo dell'approccio utilizzato, in cui i visitatori possono esprimersi sulle destinazioni future degli scenari rappresentati. Anche Delicuis, attraverso il suo amministratore delegato Irene Rizzoli, ha contribuito al dibattito, auspicando un confronto strategico sui temi ambientali e sociali che dovrebbero dettare l'agenda delle nostre imprese. Un “luogo” dove capire l'impatto sociale ed economico globale dei cambiamenti che stiamo vivendo, dove mettere a confronto idee innovative per affrontare questo periodo di turbolenza, valutando - in ottica di sistema - gli strumenti utili per mitigare le lacerazioni del tessuto sociale che ci attendono.

Inaugurated on September 10th at the Fondazione Cariparma building, Palazzo Bossi Bocchi, in Parma, the exhibition entitled *Parma città d'oro* is not only a display of a vast cycle of coordinated architectural projects for the city but also an invitation and an appeal for stronger interest in the common good, for citizens wishing to help to define the strategic vision of the place where they live. It is, as well, a call and an opportunity to translate the many energies rediscovered during



the tragic days of the pandemic into value. Curated by Dario Costi, Francesca Magri and Carlo Mambriani, the exhibition is also a location for a public debate on the key issues affecting the city.

“Joseph Rykwert – Prof. Dario Costi tells us – taught us that city life has always been a social disease to be treated by establishing a conceptual link to the cosmos, a connection to a level superior to the human one. We have also learnt that healing comes from collective efforts and that the spaces where these take place acquire a special value.

The essential relationship between community, settlement and locations of collective identity represents the dialectical structure which has led most of the development of western towns, shaping their urban form around the same principles although in different ways, at all latitudes and in all geographical settings. The question I don't dare to ask myself, and which can never be answered – Prof. Costi continues – is whether Parma really shapes the nature of the culture of the people who live in or visit it more than other cities”.

The exhibition ends with *The sharing room*, the symbol of the approach used, where visitors can have their say on the future of the scenarios shown. Through its CEO Irene Rizzoli, Delicuis has also contributed to the debate, hoping to stimulate a strategic discussion on the environmental and social issues which should dictate the agenda of our businesses. This is a “location” where the global social and economic impact of the changes we are experiencing can be understood, where innovative ideas for tackling this turbulent period can be compared, and where all tools of use for mitigating the tearing of the social fabric that awaits us can be assessed from a systemic viewpoint.



VISIONE E LUOGO / VISION AND PLACE

Sopra *Parma città d'oro*, progetto di Dario Costi con Paolo Mezzadri (MetalliFilati), a sinistra *Pianta della città di Parma e Castello*, Alessandro Sanseverini, 1808, Parma, Archivio di Stato.

Above *Parma città d'oro*, by Dario Costi with Paolo Mezzadri, on the left *Map of the city of Parma and Castle*, Alessandro Sanseverini, 1808, Parma, State Archives.

I distretti industriali

Industrial districts

La teoria economica ci spiega la nascita della Food Valley italiana.

Economic theory explains the birth of Italy's Food Valley.



PROF. FRANCO MOSCONI
Professore associato di Economia Industriale all'Università di Parma e titolare della «Cattedra Jean Monnet» in The Economics of European Industry.
Associate Professor of Industrial Economics of the University of Parma and holder of the "Jean Monnet Chair" in The Economics of European Industry.

Quante volte sono stati dati per finiti, superati, *démodé*. E invece eccoli qui, con le loro imprese - tantissime piccole, un certo numero medie e alcune grandi - capaci di creare un "sistema". Per meglio dire, capaci di interpretare, alla luce dei tempi nuovi, il vecchio adagio "l'unione fa la forza".

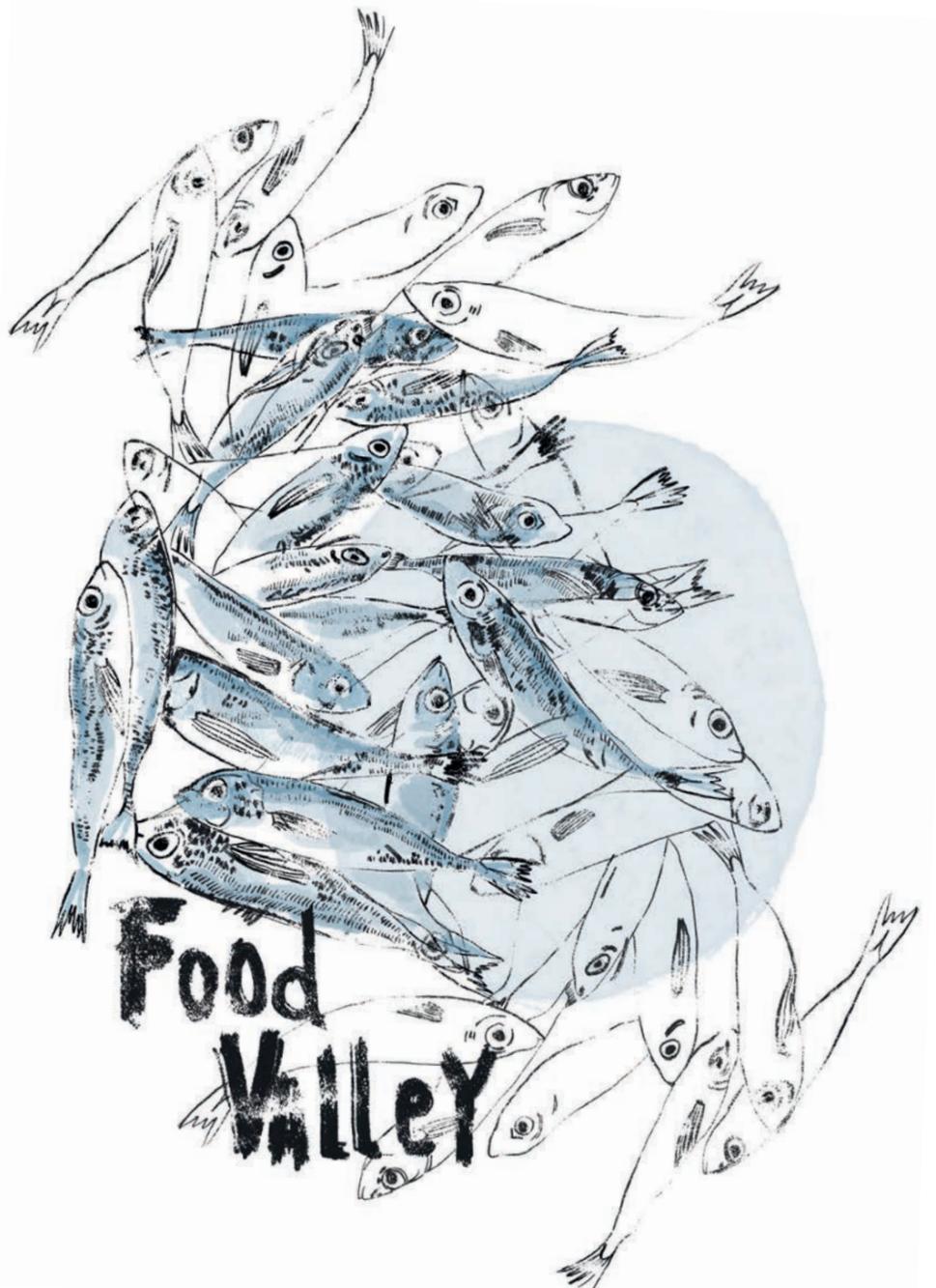
Stiamo parlando dei distretti industriali (o "clusters", grappoli di imprese, secondo la nota definizione americana): quelle agglomerazioni di imprese dove - per rifarci all'insegnamento di uno dei maestri della scienza economica, Alfred Marshall (1842-1924) - sono in funzione tre fonti della localizzazione. Ossia, un bacino di lavoratori con qualifiche adatte, la presenza di fornitori specializzati negli input intermedi, gli *spillover* ("traboccamenti") di conoscenza. Nell'insieme si creano le "economie esterne di agglomerazione" che rendono la produzione efficiente a livello di settore e non facilmente spiegabile, vuoi dalle economie di scala, vuoi dalla disponibilità di risorse naturali. La Via Emilia è uno dei luoghi privilegiati per la genesi dei distretti industriali. Difatti, se ne contano più di una ventina, a cominciare da quelli specializzati nelle classiche produzioni del Made in Italy; ed è qui che spicca la Food Valley parmense.

Tutti i prodotti che rendono il cibo italiano così celebre e apprezzato nel mondo intero hanno qui il loro terreno d'elezione: pasta e biscotti, Prosciutto di Parma e salumi, latte e Parmigiano Reggiano, vini, passate di pomodoro, olio extravergine d'oliva e... conserve di pesce. Già, la lavorazione del pesce, anche se qui il Mediterraneo proprio non c'è. Ma c'è un "mare" - è proprio il caso di dirlo - di cultura antica e saper fare per tutto ciò che riguarda l'agricoltura e l'industria alimentare. È così che si costruiscono le eccellenze.

We have often heard them written off as finished, out of date, behind the times. Yet here they still are, with their businesses - many small, some medium-sized and a few large - that effectively create a "system". In other words, capable of proving the truth of the old concept that "united we stand" in new scenarios.

We are talking about industrial districts (or clusters): the geographical groupings of businesses that - as a master of economics Alfred Marshall (1842-1924) tells us - reflect the workings of three fundamental factors underlying localisation. These are a pool of labour with the right skills, the presence of specialist suppliers to provide intermediate inputs, and knowledge spillovers. Together, they create the "external economies of agglomeration", which make production efficient at the sectorial level and which are not easy to explain in terms of either economies of scale or the availability of natural resources. The *Via Emilia*, the ancient Roman road running from Piacenza to Rimini, is a key artery for the birth of industrial districts. There are actually more than twenty of them, starting from those which specialise in products traditionally associated with Italy, and Parma's Food Valley is a shining example. It is a favoured location for all the products that make Italian food so famous and popular worldwide: pasta and biscuits, Prosciutto di Parma ham and other cured meats, milk and Parmigiano Reggiano cheese, wines, tomato purée, extra virgin olive oil and... canned fish. Yes, fish processing, although the Mediterranean is not exactly next door. But there is a "sea" - and this is undeniable - of long-established culture and know-how in every aspect of farming and the food industry. This is how products of excellence are created.

Tre i presupposti: lavoratori qualificati, fornitori specializzati, spillover di conoscenza.
There are three prerequisites: skilled labour, specialist suppliers and knowledge spillover.





LUOGHI / PLACES

44°48'12"N 10°19'50"E

PIAZZA DUOMO, PARMA. "SE VOI GUARDATE IL DUOMO DI NOTTE SENTITE CHE È QUESTO IMMENSO MOSTRO ACQUATTATO, SENTITE LA POTENZA [...] MI DÀ L'IDEA CHE SIA VIVENTE.

C'È UNA PULSAZIONE FORTE, LA SENTI ENORME E LA QUALITÀ DI QUESTA ENORMITÀ È CHE NON È TRASCENDENTE, È UNA GRANDE QUALITÀ INTRISA D'UMANO".

PIAZZA DUOMO, PARMA. "IF YOU LOOK AT THE CATHEDRAL BY NIGHT IT LOOKS LIKE A HUGE CROUCHING MONSTER, YOU CAN FEEL ITS POWER [...] IT SEEMS ALIVE TO ME. THERE'S A STRONG BEAT, YOU CAN FEEL HOW IMMENSE IT IS AND THE STRIKING THING ABOUT THIS IMMENSITY IS THAT IT IS NOT TRANSCENDENT, IT IS STEEPED IN HUMANITY".

DISEGNO COME "LAVORO" / DESIGN AS "WORK", INTERVISTA A CURA DI / INTERVIEW BY ALBERTO MAMBRIANI, IN REMO GAIBAZZI "QUELLO SGUARDO SULLA CITTÀ", CT.P.270





EDIZIONE LIMITATA / LIMITED EDITION
 Nata per celebrare la XXIV edizione del Convegno Nazionale FAI a Parma, è diventata al tempo stesso essenza e manifesto dell'azienda e dei suoi valori.
 Launched to celebrate the XXIV edition of the FAI National Congress in Parma, it has become both the essence and the manifesto of the company and its values.

LA CAPACITÀ DI RICONNETTERE CIBO, CULTURA E TERRITORIO È UN'ATTITUDINE CHE A PARMA AVVIENE IN MODO SPONTANEO. L'IDENTITÀ DELLA CITTÀ SI ESPRIME ATTRAVERSO I SUOI PRODOTTI E IL LORO RACCONTO, DIVENTANDO NUOVO LINGUAGGIO.

THE ABILITY TO LINK FOOD, CULTURE AND TERRITORY IS A TALENT THAT COMES NATURALLY IN PARMA. THE CITY'S IDENTITY IS EXPRESSED THROUGH ITS PRODUCTS AND THE WAY THEIR STORIES ARE TOLD, WHICH FORMS A NEW LANGUAGE.



**TRA I BORGHI /
THE OLD TOWN**

Tipicamente parmigiana è l'abitudine di passeggiare lentamente tra i vicoli della città, che mescola socialità, buon vino e prodotti tipici.

The people of Parma love strolling along their city's narrow streets, mixing social contact, good wine and typical produce.



CONTAMINAZIONI / CONTAMINATIONS

Per *Ò Bistrot* in piazza Garibaldi, cuore della città, Delicius firma una selezione di Alici del Cantabrico. Servite con pane ai grani antichi e burro delle montagne parmigiane, stuzzicano l'appetito dei foodies più esigenti. Delicius has created a selection of Cantabrian Anchovies for *Ò Bistrot* on piazza Garibaldi, in the heart of the city. Served with bread made from ancient grain varieties and butter from the Parma mountains, they will delight even the most discerning foodies.



INASPETTATO / UNEXPECTED

Naufragio con Spettatore di Claudio Parmiggiani. Realizzata nel 2010, è un'opera potente e suggestiva. Si trova nella Chiesa di San Marcellino e rappresenta il sentimento tragico dell'esistenza. *Naufragio con Spettatore* by Claudio Parmiggiani. This powerful, inspiring work was created in 2010. It is in the San Marcellino Church in Parma, and represents the tragedy of life.



LA TRADIZIONE / TRADITION

Tempio del mangiar bene parmigiano, *La Prosciutteria* di Silvano Romani di via Farini è meta irrinunciabile per chi ama prodotti di qualità e i piatti della tradizione.

A temple to the good food of Parma, Silvano Romani's *La Prosciutteria* on via Farini is an essential point of call for all lovers of quality and traditional fare.



No allo spreco Say no to waste

L'Università degli Studi di Milano
guida *Delicious* nel progetto no-waste.
Milan University guides
Delicious in its no-waste project.

“Sostenibilità” comprende tante sfumature, una fra tutte la lotta allo spreco alimentare: tema particolarmente caro a *Delicious* che ha deciso di commissionare una ricerca al Prof. Luca Chiesa dell'Università degli Studi di Milano per studiare l'olio di conservazione delle nostre Alici, spesso smaltito nel lavandino, pur essendo di ottima qualità. Dal lavoro di analisi è emerso che, non solo le proprietà iniziali restano le stesse, ma in più l'olio si arricchisce di Vitamina A e Omega 3, diventando così un ottimo alleato in cucina, della nostra salute ed anche del pianeta. Questo tema è diventato parte integrante della comunicazione dell'azienda, che vuole sensibilizzare i propri consumatori all'uso responsabile del cibo.

There are many sides to “Sustainability”, one of which is reducing food waste, an issue of particular importance to *Delicious*, which decided to commission a study from Prof. Luca Chiesa of Milan University to investigate the oil in which our Anchovies are conserved, often simply poured down the sink, even though it is of excellent quality. The study emerged that not only does the oil retain all its initial properties but it is enriched with Vitamin A and Omega 3, making it excellent for use in cooking, both for our health and for the planet too.

PUNTARELLE IN PINZIMONIO PUNTARELLE WITH DRESSING DIP

Per 2 persone. Tempo di preparazione: 40 min.
To serve 2. Preparation time: 40 min.

INGREDIENTI / INGREDIENTS

Alici *Delicious*, aglio, aceto di vino bianco, erba cipollina e puntarelle.
Delicious anchovies, garlic, white wine vinegar, chives and *puntarelle*.

PREPARAZIONE / PREPARATION

Tagliate le puntarelle alla base e mettetele in acqua ghiacciata per 30 min. Tritate l'aglio, le Alici e l'erba cipollina; unite un cucchiaio di aceto di vino bianco e l'olio delle Alici. Scolate le puntarelle e servitele con il condimento dal vasetto.

Cut off the bottoms of the *puntarelle* and place them in iced water for 30 min. Chop the garlic, anchovies and chives; add a tablespoon of white wine vinegar and the oil from the anchovies.

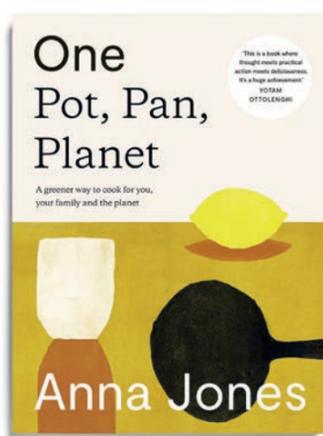
Drain the *puntarelle* and serve with the dressing from the jar.

LETTURE / READING

One Pot, Pan, Planet

“Questo libro celebra il cibo, la cucina e lo stare insieme”. La visione di Anna Jones, pluripremiata cuoca, stilista e scrittrice britannica, accompagna tutte le pagine del libro “One Pot, Pan, Planet”: una collezione di duecento ricette con al centro il cibo e la condivisione, due elementi indissolubili. Una cucina semplice e curata che si evolve con i tempi dando sempre maggior importanza alla sostenibilità, perché “gran parte del nostro impatto sul cambiamento climatico, la nostra salute e il nostro benessere, deriva dalle scelte alimentari che facciamo”. Ed ecco che, oltre a numerose ispirazioni culinarie, condivide pratici suggerimenti per essere più sostenibili con semplici azioni capaci di diminuire il nostro impatto sull'ambiente. Ad esempio, lo spegnimento del fuoco qualche minuto prima del termine della cottura, l'utilizzo dell'energia per cucinare più porzioni in una volta sola e la riduzione degli sprechi in cucina, da lei definita come “una delle azioni più efficaci per ridurre il nostro impatto ambientale” attraverso l'uso dei prodotti nella loro interezza. Questi, secondo Anna Jones, sono gli ingredienti perfetti per la ricetta della sostenibilità.

“This book celebrates food, cooking and togetherness”. The vision of award-winning British cook, designer and writer Anna Jones shines from every page of her book “One Pot, Pan, Planet”: a collection of two hundred recipes that focus on food and sharing, two concepts that have always been inseparable. Simple yet high quality cooking that moves with the times, giving more and more importance to sustainability “because most of our impact on climate change, our health and our wellbeing derives from our food choices”. So, as well as many culinary inspirations, she provides practical suggestions for being more sustainable through simple actions that can reduce our impact on the environment. For example, turning off the heat a few minutes before a dish finishes cooking, using energy to cook several portions at once, and reducing waste in the kitchen, which she describes as “one of the most effective ways of reducing our environmental impact” by using the whole of products. These, according to Anna Jones, are the perfect ingredients for the recipe of sustainability.



ONE POT, PAN, PLANET
di Anna Jones, 2021,
Fourth Estate, 336 pagine.
By Anna Jones, 2021,
Fourth Estate, 336 pages.

“ Il modo in cui mangiamo può contribuire al cambiamento del mondo in cui viviamo. The way we eat can simply help to change the world we live in. ”

ANNA JONES



Incontrarsi di nuovo Meeting again

Tornare ad incontrarsi in presenza è di per sé un'esperienza relazionale fondamentale, poterlo fare in occasione di importanti appuntamenti nazionali è un vero privilegio. Negli ultimi mesi Delicius è stata infatti chiamata in diverse occasioni a portare la sua testimonianza di PMI italiana nel suo percorso verso la sostenibilità. Tra le partecipazioni più significative, quella al World Food Forum in occasione di Cibus 2021 in cui è stato chiesto il nostro contributo sul tema della Blue Economy. A distanza di pochi giorni, nella magica cornice di Venezia, si è svolto Linkontro 2021 di NielsenIQ: due giorni di approfondimenti con contributi da ospiti del calibro di Joseph Stiglitz, premio Nobel per l'Economia, per riflettere ed immaginare i possibili scenari nei prossimi vent'anni. Particolarmente stimolante è stato poi il confronto con la GDO in occasione del workshop organizzato da Centromarca, dove – insieme al Dott. Ebelli di Agorà, abbiamo messo a confronto visione, prospettive e opportunità. Con l'ente SGS abbiamo raccontato la nostra esperienza di PMI nel processo di asseverazione del proprio bilancio di sostenibilità, evidenziando l'importanza della trasparenza che viene garantita dall'attività di un ente terzo accreditato che può aiutare nella riflessione e nella definizione di obiettivi sempre più sfidanti. Insieme al FAI (Fondo Ambiente Italiano), incalzati dagli stimoli del Prof. Andrea Dossi di SDA Bocconi, abbiamo poi ragionato sull'amara considerazione che "tutto ciò che non c'è nel bilancio, non esiste" e quindi della necessità per le imprese di un sistema efficace di misurazione delle performance di sostenibilità, ponendo l'accento sui costi attuali ma considerando anche il rischioso costo potenziale dell'inattività.

Meeting face-to-face again is a fundamental relational experience in itself, and being able to do so at important national events is a real privilege. During the last few months, Delicius has been called upon on several occasions to recount its experience as an Italian SME in its transition to sustainability. Amongst the most important, we were asked to speak on the topic of the Blue Economy at the World Food Forum during Cibus 2021. Just a few days later, NielsenIQ's Linkontro 2021 was held in the magical setting of Venice: two days of in-depth discussion with contributions from guests of the calibre of Economics Nobel Prize-Winner Joseph Stiglitz, considering and imagining possible scenarios for the next twenty years. The meeting with the retail chains at the workshop organised by Centromarca, where we discussed visions, perspectives and opportunities with Massimo Ebelli of Agorà, was also particularly exciting. With the SGS certifying organisation, we recounted our experience as an SME regarding the process of having our sustainability report certified, highlighting the importance of the transparency guaranteed by the activities of an accredited external body that can provide assistance in assessing and setting more and more challenging goals. Encouraged by Prof. Andrea Dossi of SDA Bocconi, we then joined forces with the FAI (National Trust of Italy) to discuss the hard fact that "whatever is not in the balance sheet does not exist", meaning that companies must find an effective system for measuring sustainability performances, concentrating on current costs but also considering the potential cost risk of failure to act.

Delicius torna in televisione Delicius makes its TV comeback

Dopo la campagna di Pasqua 2021, Delicius torna in televisione a Natale con lo spot "Se senti il mare, è Delicius." in onda sulle principali reti nazionali, con un importante investimento per tre settimane dal 27 novembre al 17 dicembre. Uno spot di 15 secondi di grande impatto, firmato da Andrea Bandiera, senior partner di Robilant Associati, realizzato attraverso grandi close up di prodotto e un potente sound design, che esprime i concetti chiave del brand attraverso i suoi prodotti più rappresentativi: la premiumness con il Mar Cantabrico, l'esclusività di una ricetta segreta per la Salsa Piccante, l'orgoglio italiano con il Canale di Sicilia, l'abbinamento con i prodotti del territorio grazie alle Alici con capperi di Pantelleria e la semplicità delle Classiche, vera icona di marca. La campagna è supportata dalla comunicazione sui canali social attraverso uno spot ad hoc della durata di 30 secondi.

After its Easter 2021 campaign, Delicius makes its TV comeback with the "Taste the sea, it's Delicius." commercial, aired on the main national channels for three weeks from 27 November to 17 December, thanks to a major investment.

A high-impact 15-second commercial directed by Andrea Bandiera, senior partner of Robilant Associati, including effective product close ups and powerful sound design, that expresses the brand's key concepts through its most representative products:

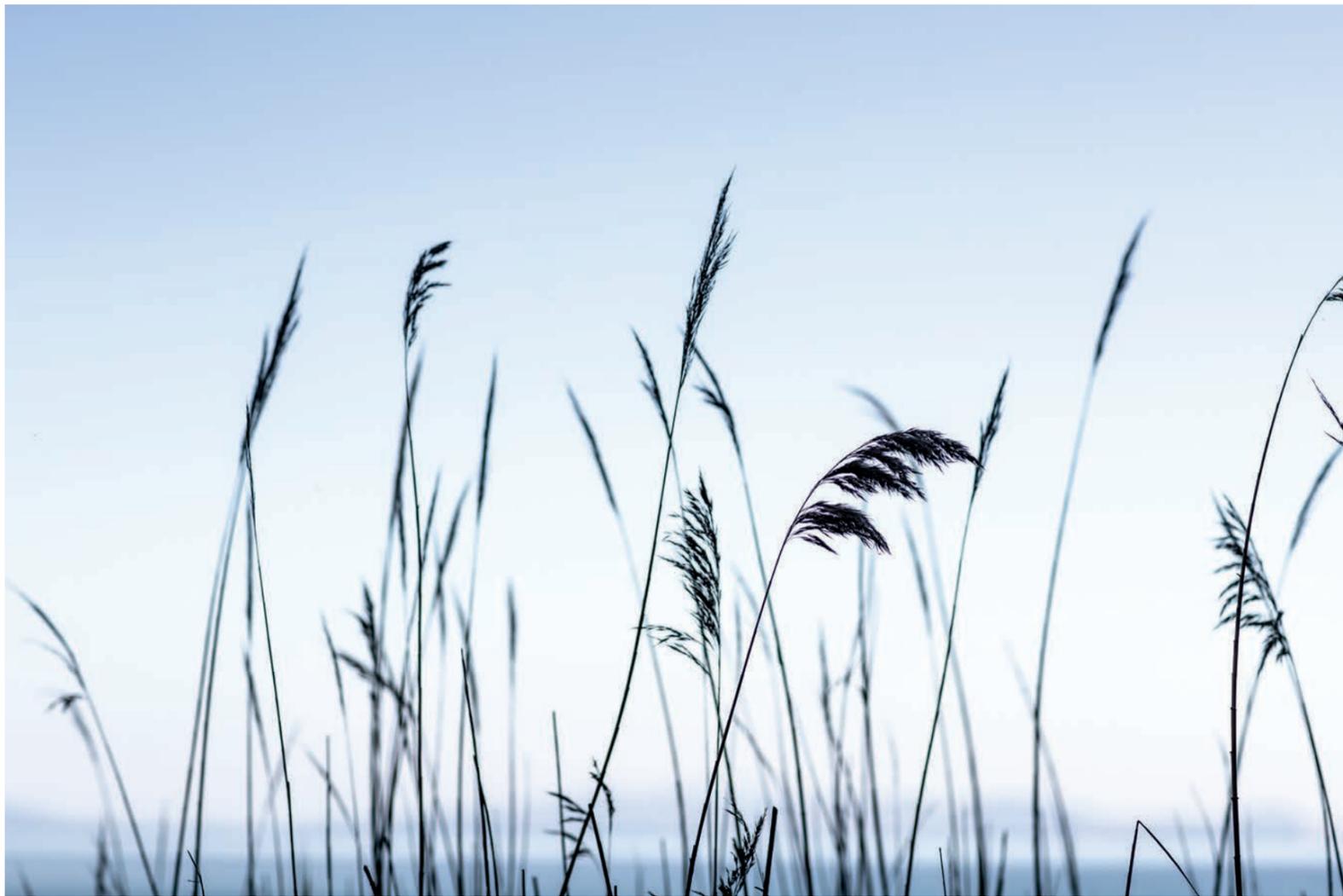
premiumness with the Cantabrian Sea Anchovy Fillets, the exclusive pleasure of a secret recipe for Anchovy Fillets in Spicy Sauce, Italian pride with Strait of Sicily Anchovy Fillets, the combination with other fine Italian products through Anchovy Fillets with Pantelleria Capers, and the simplicity of the Classic Line, the brand's real icon. The campaign is supported by advertising on the social media channels via a special 30-second video.



60 anni di Ancit 60 years of Ancit

È il 10 gennaio del 1961 e alcuni lungimiranti imprenditori decidono di costituire a Roma il sindacato dei Conservieri Ittici, inizialmente Conserpesca, oggi Ancit (Associazione Nazionale Conservieri Ittici e delle Tonnare). Festeggiare il 60° anniversario ha significato, per noi aziende associate, mettere al centro il confronto, superando differenze storiche, geografiche e dimensionali; un dialogo che ha ripercorso il cammino di un settore industriale rilevante per il nostro paese ed approfondito la cultura di un prodotto che ha saputo nel tempo conquistare e convincere milioni di consumatori.

It was on 10 January 1961 that a group of far-sighted entrepreneurs came together in Rome to found Italy's Fish Canners' association, initially known as Conserpesca and now Ancit (Associazione Nazionale Conservieri Ittici e delle Tonnare). For us, the member companies, celebrating this 60th anniversary meant focusing on the exchange of ideas, letting differences of history, geographical location and size to one side, in a dialogue that has accompanied the development of an industry of national importance and deepened the culture of a product that has gradually won over and satisfied millions of consumers.

 NUOVI PROGETTI / NEW PROJECTS


Decarbonizzazione Decarbonisation

Delicious vince una call per valutare i propri impatti in termini di CO₂ e definire un piano strategico.
Delicious wins a call to assess its CO₂ impacts and draw up a strategic plan.

Promosso da Confindustria Emilia-Romagna in collaborazione con Intesa San Paolo, il Progetto DECARB si concretizzerà in un percorso, supportato da Nativa (società che affianca le aziende in processi di evoluzione guidati da principi di sostenibilità), che prevede una valutazione degli impatti dell'azienda in termini di emissioni di gas climalteranti legate ai propri processi e la definizione di un piano strategico di mitigazione: un primo passo concreto verso la decarbonizzazione. Cinque le aziende pilota selezionate - provenienti da diversi settori (alimentare, vetro, tessile, moda, impiantistica) - per implementare questo progetto, che verrà sviluppato sulla base del commitment trasmesso e delle potenzialità di miglioramento. Ciò che sappiamo ormai fin troppo bene è che l'emergenza climatica non è più rinviabile; fare finta che non esista danneggia noi, le generazioni future e anche le imprese. Governi, Istituzioni e mondo finanziario stanno incentivando percorsi di innovazione sostenibile. Ne è un esempio l'impegno assunto dall'Unione Europea verso il raggiungimento dell'obiettivo di neutralità carbonica fissato entro il 2050.

Raggiungere il "Net Zero" richiede un serio ripensamento dei paradigmi economici, culturali e di crescita sino ad ora adottati. Da questa trasformazione dipenderà il futuro non solo delle singole aziende, ma anche dell'intera umanità. Il mondo del business è quindi chiamato ad assumere un ruolo di responsabilità e diventare protagonista della transizione. Molte grandi imprese hanno già pianificato passi significativi verso la decarbonizzazione, ma per raggiungere l'obiettivo è necessario il contributo di tutti.

Questo impegno, sempre più richiesto dai consumatori, auspichiamo diventi elemento distintivo anche per i partner commerciali che, attraverso le loro scelte, rivestono un ruolo d'indirizzo fondamentale per accelerare il cambiamento.

Promoted by the Confindustria Emilia-Romagna industrialists' association in partnership with Intesa San Paolo bank, the DECARB Project will involve a process, supported by Nativa (a company that supports corporations in sustainability-led change), that involves an assessment of a business' impacts in terms of the climate-changing gas emissions associated to its processes and the definition of a strategic mitigation plan: a first genuine step towards decarbonisation.

Five pilot companies from different industries – food, glass, textiles, fashion, plant engineering – were selected for the implementation of this project, which will be developed on the basis of the commitment shown and the potential for improvement.

What we already know well is that we can no longer postpone our response to the climate emergency: pretending it is not real harms us, future generations, and businesses, too. Governments, institutions and the financial sector are encouraging sustainable innovation processes. One example is the European Union's commitment to achieving the goal of carbon neutrality by 2050.

Reaching "Net Zero" demands a serious rethinking of the economic, cultural and growth paradigms we have adopted so far. The future not only of individual companies, but also of humanity as a whole, will depend on this transformation. The business world is therefore called upon to assume a role of responsibility and to play a central part in the transition. Many large companies have already planned major steps towards decarbonisation, but to achieve the goal we all have to do our bit.

We hope that this undertaking, increasingly demanded by consumers, will also become a distinguishing feature for our business partners, whose management strategies are fundamental in speeding up change.

**“Il futuro inizia oggi,
non domani.
The future starts today,
not tomorrow.”**

PAPA GIOVANNI PAOLO II

DELICIOUS RIZZOLI S.p.A.
Via Micheli, 2
43056 San Polo di Torrile
Parma - Italia

Testi / editing:
Irene Rizzoli, Andrea Maggioni,
Stefano Capelli, Giorgia Paratico

Traduzione / translation:
Multilingue srl

Progetto grafico / graphic design:
Stefano Domizi

Fotografie / photographs:
Stefania Giorgi

Stampa / print:
Sele3 Servizi s.r.l.

Si ringraziano / thanks to:
Stefano Spagnoli,
Franco Mosconi,
Dario Costi,
Sara Farina,
Alessandra Avallone,
Fabbrica della Basilica
Cattedrale di Parma.

Questa è una carta speciale,
Shiro Alga Carta - Favini,
derivata dalle alghe, 100%
riciclata e certificata FSC,
quindi proveniente da fonti
gestite in modo responsabile.

