

ECONOMIA

CONVEGNO ITALMOPA A RIMINI

Il presidente Vacondio attacca i mass media «L'informazione squilibrata e scorretta sulle farine crea dubbi e allarmismi ingiustificati»

Rimini. I mass media rappresentano una grande opportunità, ma possono essere anche un boomerang, se utilizzati nel modo sbagliato. Soprattutto davanti a un argomento delicato come l'alimentazione. In che maniera giornali, radio e tv influenzano le scelte d'acquisto dei consumatori? Sono oggi percepiti come più autorevoli rispetto ai canali d'informazione ufficiali? Come riconoscere le informazioni "sane" dagli allarmismi, creati solo per generare falsi "scopp"?

Di questo e di altri argomenti si è parlato durante la Tavola Rotonda organizzata da ITALMOPA, Associazione Industriali Mulini d'Italia, aderente a Confindustria e a Federilmeccar, e dal Centro informazione Farine all'interno della Fiera internazionale Sigeo-A.B.Tech di Rimini, una delle più importanti rassegne di settore sul tema: "La farina italiana e sulla bocca di tutti".

Moderato dal Prof. Marino Niola, il dibattito si è avvalso dei contributi di Ivano Vacondio (Presidente ITALMOPA), Elisabetta Bernardi (Nutrionista e divulgatrice scientifica), Giorgio Donegani (Tecnologo alimentare e esperto di nutrizione), Giuseppe Ferrauti (Responsabile panificazione Esselunga), Ezio Marinato (Maestro panificatore), Sonia Peronaci (Foodblogger, scrittrice, conduttrice televisiva). Esperti di comunicazione e di alimentazione che hanno cercato di fugare i principali dubbi su come fornire una corretta informazione sulle farine ai consumatori, troppo spesso bersagliati da messaggi non univoci, infondati e quindi fuorvianti.

L'INDAGINE DOXA PER ITALMOPA

Il dibattito ha avuto quale filo conduttore i risultati dell'indagine "Gli italiani e le farine": una ricerca, condotta su un campione di 1.000 italiani, dall'azienda di ricerca Doxa per ItalMopa, che ha voluto fare il punto sulla percezione degli italiani nei riguardi del frumento e delle farine, sul loro consumo di pane, pizza, prodotti dolciari, sul modo di percepire il valore, sull'importanza della corretta informazione in ambito alimentare. Il primo dato a colpire è quello relativo al 42% degli intervistati per il quale sono i programmi televisivi il canale tramite cui si informa per scegliere quali alimenti consumare. Un dato da non sottovalutare e che mette in evidenza, ulteriormente, la forza, ma soprattutto la responsabilità, che oggi i mezzi di comunicazione, in particolare televisivi, detengono di fronte a certi temi.

"I risultati dell'indagine Doxa, nel complesso, sottolineano una problematicità che avevamo riscontrato da tempo: l'informazione non equilibrata e non corretta di alcuni mass media sta creando nei consumatori dubbi e, a volte, ingiustificati allarmismi" - commenta Ivano Vacondio, Presidente ITALMOPA - "Emerge, infatti, una grande e preoccupante ignoranza sulla filiera farina. E' emblematico il fatto che ben il 55% degli intervistati associano la farina di frumento tenero alla pasta, che notoriamente è invece prodotta con le semole di frumento duro, e che il 65% ritenga che l'Italia importi una quantità rilevante di farina da altri Paesi, mentre le importazioni di farine costituiscono circa il 0,2% del loro utilizzo totale. Questo è il risultato di presunti scoop mediatici con i quali dobbiamo confrontarci costantemente e che ponga al centro il presunto, e spesso inesistente, scandalo piuttosto che l'autorevolezza delle fonti di informazione, la loro trasparenza e verificabilità. Oggi, a titolo esemplificativo, si sottolineano con enfasi, biasimandole, le importazioni di frumento, trascurando colpevol-



Sopra i relatori al convegno di ieri a Rimini. A fianco una immagine della platea affollata di ospiti



mente di evidenziare che tali importazioni, spesso particolarmente caute, sono assolutamente, e purtroppo, indispensabili per ovviare al deficit quantitativo della produzione nazionale. Bisogna smetterla di demonizzare sempre e comunque le importazioni: un atteggiamento certamente dannoso per l'industria molitoria e l'intera filiera cerealicola ma, soprattutto, irrispettoso nei riguardi dei consumatori. Perché non evidenziare invece l'imprevedibile e straordinaria abilità dei nostri mulini a individuare, selezionare, miscelare le varietà più pregiate di frumento, qualsiasi siano le loro origini, per produrre delle farine di altissima qualità destinate ai prodotti simbolo del Made in Italy agroalimentare. Una capacità che può essere considerata come una vera e propria arte, riconosciuta e, forse, invidiata, nel mondo intero".

Il 2016 ha fatto registrare i raccolti nazionali di frumento più elevati nell'ultimo decennio. Nonostante ciò, rispetto alla richiesta dell'industria molitoria sussiste ancora un forte deficit sia quantitativo che qualitativo e, pertanto, il nostro Paese si trova nell'obbligo di importare circa il 60% del proprio fabbisogno nel comparto del frumento tenero e circa il 40% nel comparto del frumento duro.

Ciò che sembra preoccupare maggiormente i consumatori, e che riflette pienamente alcuni messaggi irresponsabili e fuorvianti veicolati da alcune Confederazioni agricole e, purtroppo, riportati e amplificati

senza le opportune verifiche da alcuni mass media, sono i controlli effettuati proprio sulle importazioni. Il 63% del campione intervistato dalla Doxa, infatti, dichiara di non credere che il frumento importato offra le stesse garanzie di igiene e sicurezza alimentare del prodotto nazionale. Questo è un errore comune, dovuto alla mancanza di una corretta informazione in materia: il frumento importato, infatti, rispetta pienamente, e non potrebbe essere diversamente, le disposizioni previste a livello comunitario - le più severe al mondo, a giusta tutela della salute dei consumatori - per quanto riguarda la presenza massima di contaminanti ed è sottoposto a sistematici e severi controlli effettuati dagli organi pubblici di vigilanza e dalle stesse aziende molitorie nell'ambito dei sistemi obbligatori di autocontrollo.

"In un momento come quello che stiamo vivendo, nel quale domina un'informazione esagerata, cauvica e spesso contraddittoria, è importante puntare su conoscenze solide e accreditate, che siano la base per la formazione di comportamenti di consumo consapevoli" - aggiunge Giorgio Donegani, Tecnologo alimentare, esperto di nutrizione - "L'informazione non coincide con l'educazione: la prima mira a dare strumenti di conoscenza, ed è imprescindibile presupposto per educare. L'educazione punta infatti a motivare e favorire l'applicazione delle conoscenze sul piano dei comportamenti pratici".

CONVEGNO ITALMOPA A RIMINI

Mercato del lavoro, più opportunità per professionisti specializzati e profili "High Skills"



di Claudia Cavazzoni (*)

Per le aziende la fase di selezione del personale, ovvero quel processo che partecipa ad inserire nuovi collaboratori nell'organizzazione, è da sempre un momento delicato.

Anche per i candidati valutare presso quali realtà proposte è impegnativo, e può spaventare, perché non sempre sono disponibili le informazioni necessarie all'orientamento ed alla scelta.

Il mercato del lavoro è in continua evoluzione sia rispetto alle normative di riferimento sia rispetto alle dinamiche. La tecnologia ha ridotto molto le distanze tra domanda e offerta. Attraverso i siti di job boarding, chi è interessato a nuove proposte professionali, in pochi minuti può rispondere a moltissime offerte di lavoro e partecipare a diverse selezioni. La diffusione di social network professionali come LinkedIn, fa sì che aziende e candidati entrino in contatto non solo per percorsi di selezione, ma anche per condividere esperienze, processi, competenze. Si generano quindi ulteriori flussi di informazioni, di relazioni, che pur essendo dal contesto puramente lavorativo, costituiscono ulteriore caratterizzazione della persona nella sfera professionale.

Per gestire questa mole di informazioni che deriva sia dai curricula, che dall'attività social, e individuare velocemente i candidati più in linea con le proprie necessità, le aziende hanno aumentato il ricorso a sofisticati database informativi, e, in un'ottica di ottimizzazione di tempo e denaro, l'utilizzo di piattaforme che permettono i video colloqui. Soprattutto quest'ultima pratica si è molto diffusa perché incontra il gradimento dai candidati permettendo che il primo momento conoscitivo non sia gravato da oneri di viaggio o da svolgimenti organizzativi della propria giornata. Nonostante queste nuove dinamiche, questi supporti tecnologici che permettono di organizzare e gestire una mole di informazioni ingente, il detto "cercare collaboratori/cercare lavoro è un lavoro" rimane attuale.

Sicuramente è un investimento di tempo e risorse, economiche, fisiche e mentali. Per questo aziende e candidati richiedono di potersi confrontare con intermediari seri, professionali e competenti.

Quali le aspettative? Le aziende si attendono soluzioni veloci ed efficaci, mentre i candidati, consapevoli di essere il vero valore aggiunto di un processo di selezione, pretendono di affidarsi a interlocutori che li ascoltino, li supportino e li guidino nella fase di sfinalimento lavorativo. Le aziende sono spinte verso una prevalente automazione dell'attività ed alla conseguente ricerca di personale altamente specializzato. Allo stesso tempo, i curricula dei candidati sono diventati molto dettagliati con competenze formative e tecniche decisamente settorializzate.

Un'indagine della camera di commercio conferma come le aziende che assumono e crescono di più sono quelle con una forte propensione all'innovazione (33,6% rispetto a quelle che non hanno effettuato innovazioni 17,2%) e quelle agganciate al treno Export (36,3% rispetto a quelle che non esportano 17%). Inoltre, nel 2016, a Reggio Emilia e provincia sono state perviste 1.490 assunzioni di figure High Skills, ovvero dirigenti, specialisti tecnici, perentuali che si attesta al 22% del totale, dato superiore alla media nazionale (17%). A sostenere i dati sopracitati è un'analisi di Unioncamere - Gruppo Clas che sottolinea come, dal 2016 al 2020, 41 persone su 100 di quelle che troveranno occupazione avranno una qualifica alta. Questo incremento andrà a scapito dei profili intermedi con competenze generiche. Quindi, nel prossimo quinquennio, due persone su cinque assunte nelle imprese private, nella Pubblica amministrazione o imprenditori, avranno una qualifica elevata. E' chiaro che il compito dell'Agente per il lavoro acquisisce nuova complessità. La selezione di personale High Skills richiede professionisti specializzati che operano attraverso business unit dedicate alla ricerca e valutazione di profili di Middle e Top Management e mettono a disposizione delle aziende strumenti sofisticati di recruitment ed head hunting. Archimede ha interpretato questo nuovo contesto attraverso SolAction, una nuova Talent Division che nasce per rispondere proprio a queste crescenti esigenze del mercato.

La capacità di interlocutori o di professionisti del settore, quali le Agenzie per il lavoro, in grado di leggere (in tempo) i cambiamenti del mercato e di offrire servizi specializzati e inagionamente dedicati, diviene una variabile fondamentale sia per la carriera dei lavoratori, che per la ricerca e selezione di risorse adeguate per le aziende.

(*) Amministratore delegato di Archimede Spa