

Progetto Un ponte tra scuola e mondo d'impresa

Torna Food Farm 4.0 Squadra che vince non si cambia

Le «Bontà di Parma» per il Centro oncologico

Scuola e imprese

Al progetto hanno partecipato gli studenti che hanno potuto contare sul supporto di aziende per ottenere le materie prime e per avere la possibilità di vendere i prodotti attraverso i canali della grande distribuzione.

«Un'esperienza straordinaria, unica in Italia: Food Farm è una struttura che forma gli studenti, che produce concretamente prodotti di qualità tale da garantirne la sostenibilità e che, per il quarto anno consecutivo, raccoglie anche fondi importanti per la beneficenza».

Solidarietà, mondo delle imprese, istruzione: in pochissimi casi nel nostro paese mondi così distanti, riescono a dialogare e, per di più, a produrre un ciclo virtuoso. Nella nostra città, piccolo vanto, accade. Ecco perché si percepiva grande soddisfazione ieri durante la presentazione della campagna di Food Farm 4.0 che prevede la commercializzazione di prodotti, preparati dai ragazzi stessi nel laboratorio di San Pancrazio, il cui ricavato andrà a sostenere due importanti progetti del territorio: il Centro oncologico di Parma e stesso Food Farm.

Ma come funziona questo contenitore di idee e innovazione? Food Farm 4.0 è il primo «Laboratorio territoriale

per l'occupabilità» nel settore agroalimentare nel quale lavoro e scuola s'incontrano per generare una nuova concezione di «azienda» in grado di offrire ai giovani un'opportunità di apprendimento e crescita. Il laboratorio mette in rete sei istituti scolastici della provincia, con il Bocchialini-Galilei di Parma come capofila, e alcune importanti aziende del territorio che, quest'anno, sono state il Centro Agro Alimentare e Mutti, che hanno donato le materie prime, e altre che hanno messo a disposizione la propria rete di vendita come Esselunga, Paladini Otello Supermercati e i punti ristoro come Camist Group. Mentre FEPA, Ferretti Packaging, ha collaborato realizzando le confezioni.

Il risultato, grazie al lavoro svolto dai ragazzi negli impianti pilota di Food Farm durante i percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento sono stati vasetti di prodotti di come le composte - zucca, arancia, mela a ridotto tenore zuccherino - a cui si aggiungono sugli vegetali. E

Scuola e lavoro

Food Farm è una piccola azienda in cui i ragazzi imparano dal vivo le nozioni che serviranno a loro per entrare nel mondo del lavoro. Ma è anche un laboratorio che crea prodotti di alta qualità che grazie alla vendita producono risorse a fini benefici.



il ricavato delle vendite, come detto, serviranno a realizzare l'ambulatorio chirurgico del Centro Oncologico di Parma. Durante l'incontro, a cui hanno partecipato l'assessore alle Politiche sociali del Comune di Parma, Ettore Brianti e i sindaci di San Secondo, Giulia Zucchi, e di Roccabianca, Alessandro Gattara, la dirigente scolastica del polo «Galilei-Bocchialini», Anna Rita Sicuri ha ricordato che «il progetto Food Farm è un innovativo modo di fare scuola che unisce conoscenze teoriche a competenze pratiche in un contesto che può essere

assimilato ad una piccola realtà industriale».

Anche Egidio Amoretti, di Food Farm ha ribadito il proprio compiacimento nel vedere il progetto, con i prodotti realizzati dagli stessi studenti che serviranno a sostenere il nuovo Centro Oncologico dell'ospedale: un'ulteriore dimostrazione che la strada intrapresa è impegnativa ma ricca di soddisfazioni».

All'incontro ha partecipato anche Nunziata D'Abbiere, direttrice del dipartimento Onco-ematologico dell'azienda ospedaliero-universitaria che ha ricordato come

sia un piacere partecipare al progetto che vede il «coinvolgimento di tanti giovani. Un applauso, poi, al tema scelto dagli studenti per la campagna di quest'anno: la fiducia». E gli stessi ragazzi hanno spiegato il senso di questa scelta: «Fiducia è un valore che permea le relazioni umane e deriva dal latino *fidere*, "fidare, confidare": quindi noi vi chiediamo di confidare in noi e nel nostro lavoro». Un apprezzamento che è stato fatto proprio dagli altri interlocutori, rappresentanti di aziende e realtà che a vario titolo hanno aderito al progetto che ora passa alla fase più operativa: sugli scaffali di Esselunga e Paladini Supermercati, nei punti vendita di Camist group e anche altrove, grazie al lavoro fondamentale di tanti volontari, i barattoli con il logo «Bontà di Parma» saranno a disposizione dei clienti. Come molti hanno ribadito sono di certo buoni. Ma soprattutto fanno bene: forse al palato ma, di certo, al territorio in cui viviamo.