

Emilia Romagna Torna Start Cup, lo scouting tour sarà a Parma il 18 aprile

■ Riparte la Start Cup Emilia-Romagna, la competizione che premia i progetti d'impresa innovativi promossa e coordinata da Aster e dalla Regione Emilia-Romagna, in collaborazione con le Università, Confindustria Emilia e con numerosi partner sul territorio regionale, affiliata al Premio Nazionale per l'Innovazione e con il supporto finanziario di Cofiter, EmiliBanca e Iren. È possibile candidarsi all'edizione 2018 entro il 24 maggio. Il montepremi complessivo della nuova edizione è di 37000 euro, di cui 16000 mila messi a disposizione dagli sponsor per i 3 vincitori della finale regionale, mentre la parte restante sarà assegnata come premi locali. In attesa dell'apertura del bando ufficiale, che sarà pubblicato sul sito www.startcupemiliaromagna.it, è pre-

visto uno scouting tour delle idee che farà tappa nelle principali città della regione con il Barcamper. Un'opportunità per gli aspiranti candidati per approfondire la validità delle proprie idee e confrontarsi con consulenti esperti di creazione d'impresa sui propri progetti. Lo scouting tour partirà il 9 aprile da Bologna (piazza Verdi), per poi proseguire il giorno dopo al Tecnopolo di Reggio Emilia. L'11 aprile il Barcamper sarà per tutta la mattinata in piazza della Libertà a Faenza per poi spostarsi nel pomeriggio a Forlì. Lo scouting tour proseguirà il 12 aprile a Ravenna, il 13 aprile a Cesena e il 16 aprile a Rimini. Il Barcamper stazionerà il 17 aprile presso il Tecnopolo di Modena, il 18 aprile a Parma presso l'Unione Parmense Industriali.

L'intervista ■ GIOVANNI POMELLA Parmalat multilocale, a Collecchio investiti 20 milioni in tre anni

PATRIZIA GINEPRI

■ I risultati di uno studio condotto dalla Sda Bocconi evidenziano il ruolo primario di Parmalat nell'intera economia nazionale: una forza industriale che dal 2011 ha aumentato in modo importante la propria dimensione multilocale. Ne parliamo con il direttore generale di Parmalat Italia, Giovanni Pomella.

Qual è il dato più significativo della ricerca?

Innanzitutto l'impatto rilevante di Parmalat sul territorio nazionale: il contributo al pil italiano è di quasi un punto percentuale. Non solo. Siamo una realtà multilocale, con un peso specifico importante in diverse regioni, dal Friuli Venezia Giulia alla Sicilia e non solo in Emilia Romagna dove si trova il cuore dell'azienda. La nostra presenza in Italia è sicuramente commerciale, ma anche industriale e integrata nel territorio, visti i rapporti con il tessuto agricolo.

Che tipo di filiera abbiamo di fronte?

Lo studio della Bocconi mette in evidenza un settore estremamente frammentato, caratterizzato da realtà medio piccole. Emerge, dunque, la necessità di concentrazione, per una maggiore competitività su scala nazionale ed europea. Non solo. La filiera ha la necessità di evolversi. L'Italia è un Paese carente di materia prima latte: importa dall'estero circa il 40% del suo fabbisogno e questo è un fatto storico strutturale. Con la fine delle quote, c'è spazio per un aumento della produzione, ma la crescita deve essere competitiva. E visto che i costi di produzione sono maggiori rispetto agli altri Paesi la sfida delle aziende del settore deve



PARMALAT ITALIA In alto lo stabilimento di Collecchio, sotto il dg Giovanni Pomella. A fianco una linea produttiva.

essere mirata all'efficienza e allo sviluppo. Noi, ad esempio, stiamo lavorando in diverse regioni per creare filiere integrate di latte biologico, uno dei trend di sviluppo dei prossimi anni.

Qual è stato il vostro approccio alla lean manufacturing?

L'efficienza ha sempre rappresentato uno degli elementi centrali del nostro sviluppo. E' essenziale per essere competitivi in mercati a basso valore aggiunto. Abbiamo innanzitutto lavorato sull'organizzazione, perché crediamo che l'efficienza debba partire dal basso. Nel 2011 è stato avviato un progetto di lean manufacturing che oggi si esten-



de a tutti gli stabilimenti: il coinvolgimento attivo di tutti gli attori ha dato ottimi risultati. E' stata anche ridisegnata l'organizzazione delle fabbriche, con la creazione di unità focalizzate sulla tipologia di prodotto.

Parliamo del polo di Collecchio...

Negli ultimi 3 anni abbiamo investito quasi 20 milioni di euro, diversificando. Sono stai, infatti, destinati a tutte le aree del sito produttivo, dall'impianto di cogenerazione (riduzione di emissioni di Co2 e efficientamento energetico del 30%) all'automazione (nuovo magazzino di palletizzazione automatico, 9mila po-

“

«Stiamo lavorando in diverse regioni per creare filiere integrate di latte biologico»

sti pallet aggiuntivi). Non solo. Abbiamo introdotto anche la robotizzazione del processo di fine linea. La somma di questi interventi ci ha permesso un salto sostanziale anche sulla preparazione dei carichi per la distribuzione: oggi possiamo scaricare tra i 200 e i 250 pallet all'ora e caricare direttamente i camion. Infine, abbiamo investito sulle linee di produzione per avere più flessibilità e più formati.

A che punto è l'innovazione di prodotto?

L'innovazione è uno degli elementi chiave nella storia di Parmalat e noi continuiamo a lavorare in questa direzione. Punti fermi sono la qualità e la sicurezza alimentare. Oggi abbiamo un sistema industriale certificato per tutti gli elementi rilevanti, dalla qualità del prodotto alla relazione tra la struttura industriale e il territorio. Uno dei nostri prodotti più importanti è Zymil, che nel 2018 compie 50 anni. E' la terza referenza più venduta nella moderna distribuzione. Lo scorso anno abbiamo lanciato il nuovo formato da 250 ml e Zymil biologico. Sempre nel filone che abbina benessere e sostenibilità, è nata la

prima gamma di succhi biologici 100% e una serie di yogurt biologici sia a marchio Kyr che con i marchi locali.

Su cosa punta la vostra comunicazione?

Negli ultimi due o tre anni il latte è stato oggetto di una campagna denigratoria pesante. Abbiamo iniziato un'attività di base, appoggiandoci a strutture qualificate come la Fondazione Veronesi, per ristabilire una corretta informazione. Lavoriamo anche con Assolatte per veicolare le informazioni corrette e non di parte. Anche attraverso la comunicazione siamo tornati a parlare di latte e di colazione, perché crediamo che l'azienda leader del settore debba cercare anche di fare qualcosa che vada oltre la marca.

Che anno è stato il 2017 e quali sono i progetti a breve?

Il bilancio è positivo in un contesto di mercato complesso che, nonostante i segnali di ripresa dell'economia, rimane abbastanza negativo. C'è poi una grande variabilità della materia prima, sia in termini di prezzo che di disponibilità. La performance di Parmalat nel 2017 è stata buona, sia in termini di volumi che di risultati, attraverso l'innovazione e la spinta distintiva dei nostri prodotti.

Si rafforza anche il legame con il territorio

Nelle regioni in cui siamo presenti l'indotto è significativo, in particolare in Emilia e a Parma. In Italia abbiamo oltre 1.900 dipendenti, ma arriviamo a dare lavoro, all'interno delle varie filiere, a 134mila persone. La multilocalità è un aspetto importante della cultura di Parmalat e in quest'ottica continueremo a investire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Intesa Sanpaolo Distretti: corrono i salumi di Parma



DISTRETTO Salumi di Parma.

■ Nel biennio 2016-17 i distretti industriali hanno ottenuto buoni risultati: la crescita cumulata del fatturato è stata pari al +4,6%, mentre l'Ebitda margin, in seguito alla debolezza dei prezzi, si è stabilizzato a un livello del 7,6%. E' quanto emerge dal decimo rapporto annuale sull'economia e finanza dei distretti industriali 2017, realizzato dalla direzione studi e ricerche di Intesa Sanpaolo. Complessivamente nei distretti la crescita del fatturato tra il 2008 e il 2017 è stata pari al 13%, a fronte del +8,7% delle aree non distrettuali. Anche i margini unitari sono ormai su livelli superiori a quelli pre-crisi. Ai primi tre posti di questa classifica, e tra loro molto vicini, ci sono l'Occhialeria di Belluno, la Gomma del Sebino bergamasco e il Prosecco di Conegliano Valdobbiadene, al quarto posto i Salumi di Parma. Nel biennio 2018-19 è prevista un'accelerazione della crescita (+5,8% cumulato), trainata nuovamente dai mercati esteri, in presenza di una domanda interna che rimane sostenuta. In particolare, un contributo importante potrà venire dalla filiera metalmeccanica, sulla spinta degli investimenti in macchinari, a loro volta supportati dalle misure del Piano Industria 4.0. La dinamicità dei distretti agro-alimentari (+29,2% la crescita del fatturato tra il 2008 e il 2017) che sfruttano il know-how e la forza commerciale delle produzioni Dop e Igp italiane (all'interno dei distretti il 72% delle aziende appartiene a un'area a indicazione geografica).

r.eco.

Servizi Italia Si rafforza la presenza in Brasile. Al via una joint venture

■ Servizi Italia, leader nel mercato italiano dell'outsourcing sanitario dei servizi ospedalieri e presente all'estero in Brasile, Turchia, India, Albania e Marocco ha costituito una società di diritto brasiliano, Sia Lavanderias S.A., per erogare servizi di lavaggio dedicati alla sanità pubblica e privata nello Stato di Amazonas, con l'obiettivo strategico di consolidare ulteriormente la presenza del

gruppo in nuove aree geografiche del Brasile. La società è stata costituita in joint venture con il Gruppo Bringel, un partner industriale locale attivo in servizi diversificati per il mercato sanitario brasiliano. Servizi Italia detiene il 51% di Sia Lavanderias tramite la controllata Sri Empreendimentos e Participações. L'operazione prevede la realizzazione «green-field» nella città di Manaus di un sito pro-

duuttivo di lavanderia industriale ad alta tecnologia, a fronte di un investimento complessivo stimato in 38 milioni di Reais (circa 9,3 milioni di euro). Servizi Italia finanzia la propria quota parte di investimento (51,0%) mediante ricorso ad indebitamento bancario. Si stima che Sia Lavanderias S.A. sarà operativa a partire dal 2019 con il completamento del sito produttivo. «Il nuovo investimento in Bra-

sile rientra nel piano strategico di sviluppo del Gruppo - spiega Enea Righi, vicepresidente e ad di Servizi Italia - volto a rafforzare ulteriormente la nostra presenza nel Paese. Con questa operazione confermiamo la nostra fiducia nelle potenzialità del Brasile, con una solida visione di lungo termine che si coniuga con la sostenibilità economica, sociale e ambientale del nostro business».

r.eco.



FORUM ABI PREMIO A BPER PER LA GREEN FINANCE 2018

■ Bper Banca si aggiudica il premio Innovazione Abi per la Green Finance 2018 con il finanziamento dello strumento per l'efficienza energetica Bper Life4Energy, per le imprese che coniugano crescita economica e sostenibilità ambientale. Il riconoscimento è stato ritirato dal direttore Lombardia e Triveneto di Bper Giancarlo Guazzini (nella foto) durante il Forum AbiLab.