

CLASSIFICA IL REPUTATION INSTITUTE LE DA' IL PRIMATO NELL'ALIMENTARE. E' 19ª AL MONDO

Barilla è la prima azienda italiana per reputazione

L'ad Potenza: «Un fattore decisivo per la competitività»

Innovazione, qualità del posto di lavoro, performance aziendale, servizi, leadership: tutti ingredienti che servono per formulare la classifica sulla «reputazione» di un'azienda. E che dicono che la Barilla è la prima azienda italiana (e la prima al mondo nel settore alimentare) secondo la ricerca del Reputation Institute di New York resa nota ieri.

Condotta tra le 600 aziende più importanti al mondo, classificate per fatturato, il Gruppo di Pedrignano si è aggiudicato la diciannovesima posizione al mondo tra le società con la migliore reputazione. I risultati della ricerca, pubblicati sul sito della rivista Forbes, sono stati ottenuti attraverso la consultazione diretta dei consumatori in 24 Paesi nei diversi continenti. Le valutazioni sono state espresse su una serie di indicatori come, ad esempio, l'offerta di prodotti e servizi, livello di innovazione, qualità del posto di lavoro, governance, performance finanziarie e leadership di mercato.

«La reputazione è un fattore decisivo per la competitività di un'azienda, soprattutto in un mercato che è sempre più globale», commenta Massimo Potenza, amministratore delegato del Gruppo Barilla. «Siamo quindi molto soddisfatti della posizione assegnataci, con un primato che dimostra il valore dell'eccellenza italiana nel mondo e il successo di scelte strategiche di lungo periodo in gra-



Reputazione Barilla è la prima azienda italiana, seguita da Ferrero.

La top ten

1. Google (Stati Uniti)
2. Sony (Giappone)
3. Walt Disney (Stati Uniti)
4. Bmw (Germania)
5. Daimler (Germania)
6. Apple (Stati Uniti)
7. Nokia (Finlandia)
8. Ikea (Svezia)
9. Volkswagen (Germania)
10. Intel (Stati Uniti)



do di assicurare un'ottima reputazione con tutti i nostri pubblici di riferimento».

Kasper Nielsen, Managing Partner del Reputation Institute, spiega: «Nel momento in cui le aziende leader a livello mondiale cercano di crescere e guadagnare quote fuori dai loro mercati domestici, diventa di vitale importanza assicurarsi fiducia e rispetto da parte dei consumatori in tutto il mondo. Barilla ha costruito nel tempo un'eccellente reputazione con le famiglie italiane e, come si evince dal Global Reputation Pulse 2010, gode anche di un forte legame emotivo con le famiglie nei mercati più sviluppati. Con un Reputation Pulse Score di 72,45 Barilla è al diciannovesimo posto nella lista delle aziende con la migliore reputazione al mondo. Questo è il risultato del legame emotivo che Barilla ha saputo costruire attraverso i suoi prodotti, la comunicazione e il coinvolgimento delle persone. Barilla è nella posizione di poter rafforzare ulteriormente questo legame con i consumatori a livello globale facendo leva sulla sua storia, che gli è valsa la miglior reputazione tra le aziende italiane. Riuscire ad avere la stessa reputazione nei mercati che crescono potrebbe garantirgli una solida piattaforma di crescita e successo. I risultati del nostro studio, condotto in 24 paesi, suggeriscono che Barilla ha una base molto forte sulla quale costruire».

InBreve

EMILIA ROMAGNA

Agricoltori: «Subito da Rabboni»

Le organizzazioni professionali agricole Confagricoltura, Cia, Copagri e le centrali cooperative Fedagri Confcooperative e Legacoop Agroalimentare dell'Emilia-Romagna, confermano i dati negativi emersi dal rapporto agroalimentare 2009 e chiedono un confronto con l'assessore regionale all'Agricoltura Tiberio Rabboni, per cercare soluzioni che garantiscano un futuro.

COFITER REGIONALE

Nel 2009 prestiti per 173 milioni

Nel 2009 Cofiter, il confidi terziario Emilia-Romagna ha effettuato 3.119 pratiche di garanzia, per il 40% rivolte a imprese che hanno effettuato investimenti. Le somme garantite ammontano a 173 milioni contro i 122 del 2008 (+42%). «Un segnale evidente della crisi e da rilevare - segnala Cofiter - è che il sistema bancario ha negato finanziamenti a circa il 30% delle imprese che ne avevano fatto richiesta, pur con la garanzia consortile».

AGROALIMENTARE

Nasce in Emilia «Filiere Cooperative»

Filiere Cooperative è il risultato di una intesa che vede coinvolte Legacoop Agroalimentare, Coop Italia, Centrale Adriatica e Agribologna. Il progetto vuole valorizzare alcuni aspetti dell'agroalimentare e della distribuzione del settore cooperativo.

UNILEVER

Bastoncini Findus: cinque le offerte

Sono in cinque a volersi «pappar» i Bastoncini di Capitan Findus. È scaduto infatti il termine per la presentazione delle offerte su Findus Italia e sullo stabilimento di Cisterna dove si producono tutti i prodotti a brand Findus, di proprietà della multinazionale Unilever. Sui nomi dei pretendenti non c'è ancora nulla di ufficiale: molto probabili i nomi dei fondi di private equity Permira e Lion Capital mentre non sembra confermato l'interesse di Nestlé.

MITTEL

Con la crisi Burani perdite per 10 mln

La crisi del gruppo Burani pesa sui conti di Mittel: la finanziaria presieduta da Giovanni Bazzoli ha chiuso il primo semestre con una perdita consolidata di 10,3 milioni, contro un utile di 58,6 milioni dello stesso periodo del 2009, a causa della svalutazione della partecipazione in Greenholding, una delle società della famiglia reggiana di cui Mittel detiene il 20%.

ENIA-IRIDE SIGLATO L'ATTO DI FUSIONE

Iren è «ufficiale» Riserve a Torino sulla sede reggiana

Enia e Iride hanno stipulato ieri l'atto di fusione per incorporazione della prima nella seconda: progetto approvato dalle rispettive assemblee nell'aprile 2009. La fusione avrà efficacia dal 1° luglio.

La società - come è già stato annunciato - assumerà la denominazione sociale di Iren Spa con sede a Reggio Emilia. Dal 1° luglio le azioni ordinarie Enia saranno quindi annullate con l'assegnazione agli azionisti di nuove azioni ordinarie Iren nel rapporto di concambio di 4,2 azioni ordinarie Iren, godimento regolare, per ogni azione ordinaria Enia. Il capitale sociale della nuova multiutility sarà costituito da un massimo di 1.181.725.677 azioni ordinarie nominali da 1 euro e da 94.500.000 azioni di risparmio nominali da 1 euro ciascuna. Per agevolare le operazioni di concambio sarà messo a disposizione degli azionisti di Enia un servizio per il trattamento delle eventuali frazioni di azioni Iren, a prezzi di mercato e senza aggravio di spese o commissioni, per il tramite di intermediari autorizzati, onde consentire l'arrotondamento all'unità del numero di azioni Iren di nuova emissione spettanti.

E sempre ieri si è tornato a parlare della scelta di Reggio Emilia quale sede di Iren: una decisione che allarma i partiti di centrodestra nel consiglio comunale di Torino. A esprimere la loro preoccupazione sono stati due consiglieri della Lega Nord e il capogruppo di An-Pdl. «Perdiamo - dicono - la sede di una vera eccellenza del nostro terri-



Enia Siglata la fusione con Iride.

torio come era Iride, società quotata in Borsa. Non vorremmo ricordare a Chiamparino (sindaco di Torino ndr) il caso di Intesa Sanpaolo, in cui lo stesso primo cittadino aveva dato ampie rassicurazioni sul fatto che l'asse non si sarebbe spostato verso Milano. Non vorremmo essere facili profeti dell'ennesimo scippo al patrimonio del nostro territorio e dei torinesi». La richiesta a Chiamparino di riferire in consiglio comunale «quale è la posizione della città» e di «fornire garanzie sul ruolo di Iride, la partecipata comunale che vanta la situazione migliore dal punto di vista economico-finanziario».

Intanto Mediterranea delle Acque, la società del gruppo Iride che sarà oggetto di un'offerta pubblica di acquisto è volata ieri a Piazza Affari (+12,74% a 2,96 euro) e si è allineata al prezzo di 3 euro per azione a cui verrà lanciata l'Opzione sulla società, destinata a diventare il fulcro di un polo industriale dell'acqua a cui, insieme a Iride, parteciperà il fondo infrastrutturale F2i guidato da Vito Gamberale.

PRESENTAZIONE NUOVO STRUMENTO PER LE PMI ASSOCIATE

Progetto Ri-Lancio, l'Upi finanzia la fase di start up

Mondaini: l'opportunità che offriamo è un «kit» di pronto soccorso per tornare alla stabilità

Antonella Del Gesso

Quali sono le vie più efficaci per impostare una strategia di miglioramento aziendale? Per individuarle si potrà fruire del «Progetto Ri-Lancio», il nuovo servizio strategico - finanziario che l'Unione Parmense degli Industriali mette a disposizione delle imprese associate, per aiutarle ad affrontare il complesso percorso di risalita dopo la crisi.

Iniziativa, presentata ieri a Palazzo Soragna, in pratica «misura», attraverso una diagnosi economico-finanziaria e strategico-organizzativa, il potenziale



Upi Da sinistra Mondaini, Girasole e Baldassi.

di rilancio di un'azienda e ne valuta le prospettive future. «È un servizio ad altissimo contenuto professionale - sottolinea Stefano Girasole, capo servizio dell'area Economia dell'Upi - che mette a disposizione degli associati un importante strumento operativo per valutare in concreto le criticità e le reali possibilità di affrontare i cambiamenti». «L'op-

portunità che offriamo è quindi di intervenire con un kit di pronto soccorso per fornire indicazioni pratiche per restituire innanzitutto stabilità all'azienda e per il vaglio di eventuali trasformazioni», afferma Davide Mondaini di Mondaini Partners, la società che supporterà l'Upi nel progetto. Il servizio, rivolto principalmente a Pmi associate che si

trovano in situazione di difficoltà o discontinuità, con un fatturato compreso fra 3 e 50 milioni di euro, si articola in tre fasi.

La prima prevede una raccolta documentale per misurare il potenziale dell'impresa. Poi vi sarà una valutazione dei dati aziendali e la produzione di un report diagnostico. Infine si progetteranno gli interventi in funzione dei risultati e si predisporrà un piano di ristrutturazione, oppure un disegno di risanamento. Il servizio richiede un tempo di realizzazione di circa 3-4 settimane. Nella fase di start up (primi sei mesi), il costo sarà interamente sostenuto dall'Upi: «Un modo tangibile di essere al fianco delle imprese in un momento di grandi difficoltà», sottolinea Natalia Baldassi, vice capo servizio area Economia dell'Upi. Il progetto si sviluppa nell'ambito di una più ampia serie di iniziative intraprese dall'associazione per aiutare le aziende in questo periodo di congiuntura negativa, come l'istituzione del tavolo «Crisi e opportunità», per favorire la comunicazione tra aziende e banche, o il «Prestito per la liquidità aziendale», la recente convenzione di Upi e Cariparma.

Cisita Parma Informa



Sviluppo risorse Azienda

Cisita Parma srl
via Girolamo Cantelli 5
43121 Parma
telefono: 0521 226500
fax: 0521 226501
www.cisita.parma.it
cisita@cisita.parma.it

Libri e Formazione - Cisita incontra l'autore: il signor Ikea

Sesta tappa per la nuova iniziativa intitolata «Libri e formazione - Cisita incontra l'autore». Oggi pomeriggio nella suggestiva cornice della Pinacoteca Stuard in Borgo Parmigianino 2, a partire dalle 18, Nanni Delbecchi, autore del volume «Il signor Ikea - Una favola democratica» dialogherà con Aldo Tagliarferro, giornalista della Gazzetta di Parma. Ingresso libero. Per informazioni, prenotazioni e approfondimenti: Alessandro Rigolli, rigolli@cisita.parma.it.

Fondimpresa: risorse finanziarie aziendali in scadenza

Per le aziende che hanno aderito a Fondimpresa negli anni 2004, 2005, 2006 e che ancora non hanno utilizzato le somme disponibili sul loro Conto Formazione aziendale scade a fine anno la possibilità di finanziare attività formative con parte di tali fondi. Cisita Parma è a disposizione delle Aziende per l'analisi dei bisogni formativi e per la messa in campo delle relative azioni nelle diverse forme,

comprese le attività di affiancamento e di coaching individuale, nei tempi necessari per evitare la perdita di questa preziosa opportunità. Per informazioni e approfondimenti: Alberto Sacchini, sacchini@cisita.parma.it.

Comunicazione: corsi finanziati da Provincia e FSE

Nel mese di giugno 2010 sono previste due attività formative nell'area della sicurezza informatica e della comunicazione. Gli argomenti trattati saranno:

«Strumenti per la sicurezza informatica e le ISO 27001: certificare i dati» (avvio: 8 giugno 2010), «Strumenti per la comunicazione: parlare in pubblico» (avvio: 14 giugno 2010). Il corso si rivolge a imprenditori, personale dipendente e lavoratori autonomi e può essere frequentato anche da lavoratori in mobilità, in cassa integrazione guadagni ordinaria e straordinaria con interessi compatibili con gli argomenti trattati.

Per informazioni e approfondimenti: dottoressa Annalisa Roscelli, roscelli@cisita.parma.it.

ANNIVERSARIO IERI



Credem La sede a Reggio.

Credem festeggia i cent'anni con due libri

Credem compie cent'anni. Nel 1910 nasceva infatti la Banca Agricola Commerciale di Reggio Emilia che nel 1983 prendeva il nome di Credem.

Per celebrare l'anniversario il gruppo ha realizzato due libri presentati ieri dal presidente Giorgio Ferrari nella sede dell'istituto. Il volume «Credito Emiliano 1910-2010: dalle radici agricole alla diffusione nazionale» (Laterza Editori) è dedicato alla storia economica dell'azienda ed è curato dai professori Gian Luigi Basini e Luciano Segreto, mentre «Le collezioni artistiche del palazzo Spalletti Trivelli di Reggio Emilia» (Silvana Editoriale) illustra la raccolta di opere d'arte conservate nell'istituto ed è curato dagli studiosi Daniele Benati, Franco Bonvicini, Roberto Ciarla, Pierfrancesco Fedi, Maria Luisa Giorni, Laura Giuliano, Elena Mussini, Massimo Mussini, Massimiliano A. Polichetti.

Credem si ampliò nel 1994 con l'acquisizione del gruppo Euro mobiliare e nel 1997 Credem fu quotata in Borsa. Il gruppo è cresciuto fino a diventare una tra le principali realtà private italiane. È presente in 88 province e 19 regioni e conta 567 filiali, 42 centri imprese, 53 negozi finanziari. I dipendenti sono 5.720, i promotori finanziari 978 e 178 gli agenti finanziari Creacasa.

ISTAT MARZO

L'alimentare traina i consumi: +2,9%

I consumi delle famiglie italiane ripartono e i carrelli della spesa tornano a riempirsi: a marzo le vendite al dettaglio sono aumentate del 2,9%, il rialzo su base annua maggiore dal febbraio del 2008. A trainare la ripresa sono i prodotti alimentari, gli acquisti per la tavola sono infatti cresciuti del 3,7% dopo una serie di segni meno.

È il termometro dell'Istat a registrare la risalita, che però ha due handicap: il confronto con marzo 2009, uno dei momenti più profondi della crisi; e «l'effetto Pasqua» che ha spinto le vendite per cibo e bevande nell'ultima settimana di marzo. Non a caso, le associazioni dei commercianti si limitano a parlare di «timidi» segnali di progresso. Ma le cifre migliorano anche rispetto al mese precedente (+0,5%). E anche il dato congiunturale segna l'aumento più rilevante da oltre due anni (Credito Emiliano - Storia del palazzo Spalletti Trivelli di Reggio Emilia) (Silvana Editoriale) illustra la raccolta di opere d'arte conservate nell'istituto ed è curato dagli studiosi Daniele Benati, Franco Bonvicini, Roberto Ciarla, Pierfrancesco Fedi, Maria Luisa Giorni, Laura Giuliano, Elena Mussini, Massimo Mussini, Massimiliano A. Polichetti.

A trascinare fuori dallo stallo il commercio è stato il settore alimentare (+3,7% su anno e +1,1% su mese). Tra i non food, invece, l'aumento è stato generalizzato, e anche se l'incremento medio è stato più contenuto (+2,7%), alcuni settori hanno spiccato: il comparto che comprende giochi e articoli sportivi + 6,4%. Se cambiano le abitudini a tavola non cambiano quelle di acquisto: è sempre la grande distribuzione ad avere la meglio (+4,4%), anche se almeno stavolta i piccoli negozi non fanno registrare una variazione negativa, anzi (+2,0%).