

Economia Parma

ACCORDO L'INGRESSO DEL NUOVO SOCIO CONSENTIRÀ DI RAFFORZARE L'AZIENDA E LO SVILUPPO INTERNAZIONALE

Campus accelera la crescita White Bridge entra nel capitale

Il fondatore Cagnin: «Già in porto una prima acquisizione in Norvegia»

Patrizia Ginepri

Il La strada è già spianata e gli obiettivi sono chiari: accelerare la crescita sui principali mercati internazionali, nonché rafforzare la struttura organizzativa e commerciale. Nel capitale di Campus, azienda multinazionale, che opera nel mercato degli ingredienti funzionali per l'industria alimentare, entra White Bridge Investments.

La partnership guarda al mercato globale e l'operato del fondatore, l'imprenditore parmigiano Giampaolo Cagnin, allo sviluppo di nuovi prodotti e alla diversificazione in ulteriori segmenti del settore alimentare. Ed è proprio il caso di dire che l'intesa raggiunta è già operativa a pieno regime. «A pochi giorni dalla firma con White Bridge abbiamo acquisito la maggioranza della società norvegese che distribuiva i nostri prodotti nel paese del Nord Europa - rivela Cagnin in anteprima alla Gazzetta - con l'obiettivo di creare Campus Scandinavia e presidiare, attraverso un canale diretto, l'intera area scandinava. Questa strategia verrà perseguita a livello europeo e successivamente anche in mercati più lontani, a cominciare dagli Stati Uniti». Nel frattempo, il management team, che in 10 anni ha portato Campus a rivestire un ruolo primario nel



Imprenditore parmigiano Giampaolo Cagnin.

35 milioni

IL FATTURATO 2014 della società parmigiana Campus. Nel primo trimestre 2015 ha registrato una crescita di oltre il 30% rispetto allo stesso periodo del 2014

mercato degli ingredienti funzionali, continuerà a guidare l'internazionalizzazione del business mentre il fondatore Giampaolo Cagnin continuerà a occuparsi di ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e tecnologie indirizzando e supportando con la sua vasta esperienza il team di R&D di Campus.

«L'apertura del capitale a un investitore, dopo anni di sviluppo indipendente e autofinanziato era indispensabile per realizzare un salto dimensionale significativo -

spiega il fondatore di Campus -. Ho cercato il partner migliore per sostenere la nostra espansione sui principali mercati a livello globale e dopo una fase di ricerca durata due anni ho scelto White Bridge, consapevole delle straordinarie opportunità che potremo cogliere insieme nei prossimi anni. Il network internazionale e l'esperienza della holding industriale offrono nuove opportunità di crescita, grazie a una partnership forte e duratura, ulteriormente rafforzata dal mio ingresso tra i soci di White Bridge».

«Siamo entusiasti delle prospettive di crescita di Campus nel mercato degli ingredienti funzionali - commenta Marco Pinciroli, ceo di White Bridge -. Crediamo fortemente nelle capacità tecniche di Giampaolo Cagnin e nella sua visione strategica. Ci aspettiamo che l'intero team della società continui su questa strada capitalizzando sulle proprie capacità di crescita per realizzare una crescita ancora maggiore. Il nostro approccio, teso ad investire a lungo termine, si adatta bene alla visione e alle esigenze dell'azienda».

Campus è leader nello sviluppo e nella produzione di ingredienti innovativi per l'industria alimentare con tassi di crescita unici nel settore. La società fornisce prodotti ad alto valore aggiunto, in grado di soddisfare le esigenze dei

propri clienti, in oltre 30 paesi, introducendo sempre nuove soluzioni e facendo leva sull'esperienza trentennale del proprio team di ricerca e sviluppo. Altri numeri: ha 80 dipendenti, dispone di un centro di ricerca interno che occupa 15 persone e di un impianto pilota per testare i nuovi ingredienti e le loro applicazioni nel settore della lavorazione delle carni. Nel 2014 ha chiuso l'esercizio con un fatturato di 35 milioni (l'export pesa per il 60%) e nel primo trimestre 2015 è cresciuto di oltre il 30%, portando le stime per l'anno in corso a 40 milioni di ricavi.

«Campus ha 10 anni di vita - sottolinea Cagnin - è nata a Parma come start-up di successo, all'inizio eravamo in cinque». In due lustri ha raggiunto i risultati che abbiamo descritto grazie a un paragono doc, che ha iniziato giovanissimo la sua attività imprenditoriale.

«Nel 1989 ho fondato la società Italiana Ingredienti - spiega - una realtà di piccola dimensione che, tuttavia, ha raggiunto risultati economici straordinari. Nel 2000 l'Ho ceduta a Chr Hansen, portando così a Parma l'importante gruppo danese con cui ho collaborato per altri 5 anni. Poi, partendo da zero, è iniziata l'avventura di Campus che ora è proiettata verso nuovi e ambiziosi traguardi».

PROMOCIONE GRAN MUTUO GREEN 2015
SCOPRI GRAN MUTUO GREEN
CARPARMA CREDIT AGRICOLA
APERTI AL RISO MONDO.

MARKETING CLUB ESPERTI A CONFRONTO

Per il marketing territoriale serve una cabina di regia

Antonella Del Gesso

Il Serve una governance unitaria e condivisa, per progettare un marketing territoriale strategico in grado di trasformare il nostro paese in un forte attrattore di investimenti e fare da volano per il settore del turismo, da molti definito il «petrolio dell'Italia».

«Non è più procrastinabile la creazione di una cabina di regia in grado di disegnare un piano di promozione e sviluppo serio, chiaro e strutturato che sia invitante per gli investitori - esorta Renato Gaeta, presidente del Marketing Club nell'infografica che si è tenuto alla Camera di Commercio - L'Austria, ad esempio, ha un costo del personale uguale se non superiore a quello italiano. Eppure molte imprese straniere hanno scelto di realizzare o trasferire la propria attività nel paese». Un ruolo importante lo giocano la burocrazia, la tassazione, la dotazione di infrastrutture, l'affidabilità, i tempi certi e ristretti. Marketing del territorio significa quindi creare condizioni tali da generare attrazione. E questo tanto più vale per il turismo, che ne è una parte.

L'Italia è una «superpotenza» in fatto di siti di interesse. Ma «occorre una pianificazione seria a livello di sistema paese integrato, professionalizzazione in materia l'impiego di risorse in asset fondamentali come quelli strutturali e logistici», spiega Bruno Caprioli della Società Maeland (che si occupa del rilancio del territorio di

Modena). Altrimenti «dopo essere stati superati dalla Spagna come destinazione culturale e turistica, tra non molto rischiamo di essere sorpassati anche da Turchia e Croazia», aggiunge Aldo Viapiana, membro del comitato scientifico del Master in Economia del turismo dell'Università di Torino. La costruzione di un buon marketing, del turismo in questo caso, spiega l'esperto, deve contemplare «la mappatura delle risorse di maggior valore del territorio, una selezione di ciò che veramente caratterizza ogni area, la costruzione dell'offerta e solo infine la promozione». Poi una nota sui nostri cugini d'Oltralpe: se è la prima destinazione al mondo è perché ha saputo venderci come sistema paese. Serve un approccio «corporate» per far decollare un territorio e bisogna incanalare la strategia non più sul prodotto ma sul turista. Progettualità strategica vuol dire «ragionare su quali siano i punti di convergenza tra territori affini e valorizzarli assieme per soddisfare la nuova domanda», secondo Ivano Cauter membro di Aism. Infine due case history. Gola Gola! Food & People Festival 2016, un modello partecipato di sviluppo del territorio di Parma, è stato presentato da Emanuela Dallatona del comitato organizzativo. Mentre Paolo Groppi direttore della MecGroup ha raccontato l'esperienza di come una rete di imprese piacentine sia riuscita a diventare ambasciatrice del territorio. ♦

INIZIATIVA IL DEPUTATO PD: BISOGNA DISTINGUERE IL PRODOTTO FRESCO

Pane, Romanini prepara una proposta di legge

Il «La legge non garantisce il consumatore nel riconoscere il pane fresco artigianale dal pane conservato». A dirlo è il deputato parmigiano Giuseppe Romanini, componente della Commissione agricoltura della Camera, che sta mettendo a punto un'iniziativa per colmare il vuoto legislativo determinato dalla mancata attuazione del decreto Bersani.

«E' una distinzione estremamente necessaria - spiega Romanini - non solo per i panificatori ma anche per gli acquirenti che devono sapere se il pane che si compra è fresco artigianale o, ad esempio, sfornato ma prodotto con base surgelata o prodotto altrove, anche fuori dall'Ue. Mi sono attivato, anche su sollecitazione di uno storico forno del nostro territorio, per elaborare una proposta di legge». Una prima condivisione della bozza della legge che si sta appron-



tando, Romanini l'ha avuta in un incontro presso la Confesercenti nazionale, con le tre associazioni dei panificatori italiani aderenti a Fippa - Federpanificatori, Fiesa Assopanificatori di Confesercenti ed Assipan Concommercio. Ecco in sintesi le definizioni della proposta di legge Romanini. Pane fresco: «E' denominato pane fresco il pane preparato secondo un processo di produzione continuo, privo di interruzioni fina-

lizzate al congelamento, alla surgelazione od alla conservazione prolungata di materie prime ed impasti, eccezione fatta per le tecniche mirate al solo rallentamento del processo di lievitazione senza additivi conservanti ed altri trattamenti con effetto conservante». Panificio: «E' denominato «panificio l'impianto di produzione del pane, degli impasti da pane e dei prodotti da forno assimilati, sia dolci che salati, che svolge l'intero ciclo di produzione». Pane a durabilità prolungata: «Il pane sottoposto a trattamenti che ne aumentino la durabilità è posto in vendita la dicitura aggiuntiva di «pane conservato». Al momento della vendita, i prodotti devono essere esposti in scomparti appositamente riservati e devono essere chiaramente identificabili tramite apposite etichette. ♦ r.eco.

TECNOLOGIA START-UP PARMIGIANA

Hpp Italia, tecnologia a Expo nell'area Coop

Il La tecnologia Hpp - High pressure processing - si sta diffondendo sempre di più anche in Italia. Non a caso a Expo, Coop ha scelto di esporre all'interno del proprio «Supermercato del Futuro», nell'area tematica del Future Food District - prodotti trattati con le alte pressioni.

A fornire a Coop questo servizio è Hpp Italia (www.hppitalia.it): grazie alla partnership tecnologica esclusiva con la statunitense Avure, leader mondiale nel settore, la start-up parmigiana, operativa da settembre 2014, è infatti la prima realtà imprenditoriale del nostro Paese ad offrire in modo dedicato al servizio di trattamento degli alimenti con la tecnologia delle alte pressioni. Proprio nei giorni scorsi, Hpp Italia è stata protagonista a Ipack-Ima, la fiera leader per le tecnologie di processing e packaging. «All'interno del Supermercato del Futuro di Coop a

Expo - spiega il ceo Giulio Gherrini - proponiamo prodotti ittici, in particolare molluschi, trattati con le alte pressioni. Questa tecnologia preserva le caratteristiche di healthy food, in termini di proprietà nutritive. Non solo: lo rende anche più facile da utilizzare in cucina, permettendo di sviluppare prodotti ready-to-eat o pronti da cuocere».

«Gli alimenti che subiscono il trattamento Hpp - continua Gherrini - hanno quindi un grande appeal sia per il consumatore finale, che sempre più richiede cibi di qualità, sani e sicuri».

Il secondo, importante vantaggio, garantito dalle alte pressioni è rappresentato dall'estensione della vita commerciale del prodotto da due a 5-6 volte maggiore. Oltre al pesce, la tecnologia delle alte pressioni trova numerose applicazioni nel settore dell'industria alimentare. ♦ r.eco.

FAIAP FOCUS SUL RUOLO DEL MEDIATORE

Etica e morale nel mercato delle aste

Il Aste immobiliari, queste sconosciute. Secondo i dati dell'Agenzia delle Entrate, nel 2014 le compravendite residenziali nel loro insieme hanno toccato quota 417 mila. La statistica esclude tuttavia il canale parallelo delle vendite giudiziarie, mercato del quale la crisi economica ha allargato i confini (+20% i procedimenti rispetto al 2013) e che lo scorso anno ha raggiunto un monte di 220 mila immobili battuti all'asta. Contesto anomalo, quello del commercio di unità immobiliari in garanzia pignorata dal tribunale: in Italia i tempi di latenza sono mediamente lunghi e le aste, spesso deserte, battono prezzi di aggiudicazione finale che non permettono all'intermediario di recuperare il valore del credito. Ecco perché la mediazione di un agente, anche nel caso di un immobile pignorato, assume un importante ruolo di tutela delle parti. Proprio

allo scopo di aprire ai suoi associati nuove opportunità, il collegio provinciale Faiap (Federazione italiana agenti immobiliari professionisti) la scorsa settimana ha organizzato al Best Western Hotel Farnese: relatore Mirko Frigerio di RE/Finance. «Quella di mettere in contatto il cliente col proprietario dell'immobile esecutato - spiega Frigerio - è una funzione che l'agente immobiliare ha oggi il dovere di esplorare. E non solo nell'ottica di espandere il proprio business: sottraendo un immobile alle decisioni di un giudice e ad un atto solitamente speculativo, si assolve innanzitutto a una missione etica e morale. Il mercato delle aste - aggiunge Frigerio - è soggetto a regole differenti, ma con la giusta preparazione un professionista può tranquillamente approcciarlo e contribuire a riequilibrarlo». ♦ L.C.

Cisita Parma Informa



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

Ridurre il tempo del processo logistico e produttivo con VSM

Il corso, che si svolgerà mercoledì 10 giugno 2015, si propone di fornire le conoscenze utili a realizzare la mappatura del valore in azienda attraverso lo strumento Lean/Value Stream Mapping, utile a definire obiettivi e linee guida per un piano di miglioramento continuo aziendale. Il percorso prevede una parte dedicata all'introduzione dei concetti teorici del Lean Thinking e dei parametri caratteristici del processoprodotto, per

poter acquisire il metodo di realizzazione e conduzione di un progetto di mappatura dei flussi aziendali tramite l'utilizzo della VSM. Per ulteriori informazioni sulla giornata formativa: Lucia Tancredi, tancredi@cisita.parma.it

Al via il corso di aggiornamento PAV - PES

Il decreto legislativo 81/08, all'art. 62, fa obbligo al datore di lavoro di formare in modo adeguato i propri operatori elettrici (dai manutentori, agli impiantisti, dai quadristi ai tecnici di la-

boratorio) destinati ad intervenire sotto tensione e a qualificarli come «idonei a svolgere tale attività, secondo le indicazioni della pertinente normativa tecnica». Il corso, che è in programma il prossimo 12 giugno, assolve innanzitutto all'esigenza di aggiornare tutte le persone già qualificate come PES, PAV, PES idonea e PAV idonea, in ordine alle nuove prescrizioni che sono in vigore obbligatoriamente a partire dal 1 febbraio 2015. Per ulteriori informazioni sulla giornata di formazione in programma il 12 giugno: Chiara Ferri, ferri@cisita.parma.it

Direttiva macchine e norme tecniche armonizzate

Il decreto legislativo 81/08 prevede per i responsabili e gli addetti del servizio di prevenzione e protezione un aggiornamento quinquennale sulla natura dei rischi presenti sui luoghi di lavoro. Il corso, che è programmato per il prossimo 26 giugno, si pone l'obiettivo di illustrare gli elementi peculiari e le variazioni derivanti dalla entrata in vigore (29/12/2009) della Direttiva Macchine 2006/42/CE, della UNI EN 12100-2010, che integra la UNI EN ISO 14121-1, ed

evidenziare le più importanti implicazioni tecnico-progettuali delle Norme Armonizzate associate, finalizzate a garantire prodotti conformi e sicuri, di cui ogni Progettista ed Utilizzatore deve essere dotato. Per informazioni: Lucia Tancredi, tancredi@cisita.parma.it

L'isola di lavoro e la necessità di riduzioni dei costi

Le isole di lavoro hanno preso piede già negli anni '80 in Paesi in cui la legislazione permetteva la flessibilità dell'utilizzo della mano d'opera al bisogno. La so-

luzione, estremamente produttiva, nel rispetto della legislazione italiana, ha portato, nelle aziende che hanno realizzato questo progetto, ad una nuova e redditizia metodologia produttiva. Durante il corso che si svolgerà il 30 giugno prossimo, verranno trattati i seguenti argomenti: Perché si inizia a pensare ad un'isola di lavoro? Come e quando si deve pensare ad un'isola di lavoro? Pregi e difetti. Come convincere le maestranze ad accettare l'isola di lavoro? Gestione. Step di realizzazione. Pro e contro. Per tutte le informazioni: Lucia Tancredi, tancredi@cisita.parma.it