



MANDATO A CRÉDIT AGRICOLE PER IL 5%

Tod's: Della Valle si rafforza

■ Diego Della Valle ha conferito un mandato a Crédit Agricole per l'acquisto immediato di azioni Tod's fuori mercato fino a un massimo di 1,7 milioni di titoli pari al 5% del capitale. Della Valle detiene già il 60,66% del capitale della griffe e, con l'attuale operazione si porta a oltre il 65%. Lo si legge in una dichiarazione resa alla Consob in tema di operazioni rilevanti di società quotate. A Piazza Affari il titolo ha guadagnato il 9%.



GRANDE DISTRIBUZIONE

Siglato il contratto collettivo

■ È stato sottoscritto ieri da Federdistribuzione e le organizzazioni sindacali il primo Contratto collettivo nazionale di Lavoro (Ccnl) della distribuzione moderna organizzata che riguarda oltre 220.000 lavoratori. Il contratto, che scadrà a dicembre 2019, prevede un incremento retributivo di 85 euro lordi (parametrati al IV livello) e una «una tantum» di 889 euro. Dopo una lunga trattativa le parti si sono dichiarate soddisfatte.

L'intervista ■ ANDREA SCHIVAZAPPA, AMMINISTRATORE DELEGATO

Parmacotto, 2018 da incorniciare Crescita a doppia cifra anche nel 2019

PATRIZIA GINEPRI

■ Per Parmacotto il 2018 è stato un anno davvero importante. L'azienda ha completato il progetto di ristrutturazione e definito l'assetto della governance, con un socio unico, il presidente Giovanni Zaccanti e un team di manager, legati a Parmacotto, che sono stati gli artefici della rinascita. Con queste premesse, l'azienda ha avuto un notevole sviluppo rispetto all'anno precedente: crescita di oltre il 12% a volume e del 15% a fatturato, indicatori economici (ebitda) e finanziari raddoppiati e importanti progetti in cantiere sia per il mercato nazionale che estero. «Un anno esaltante» conferma Andrea Schivazappa, amministratore delegato della società.

Al di là dei numeri, quali sono stati gli aspetti più significativi del 2018?

Innanzitutto stiamo completando il nostro team con l'ingresso di risorse giovani sia in produzione e qualità che nelle aree di marketing e commerciale. Abbiamo iniziato un progetto di training che fa capire quanto siano fondamentali le risorse umane nel nostro percorso verso l'eccellenza: quasi 3000 ore di formazione nel 2018 che diventeranno 4500 nel 2019. Abbiamo avviato sponsorizzazioni importanti che nascono dalla condivisione coi nostri partner di valori, linguaggi e



PARMACOTTO L'amministratore delegato Andrea Schivazappa (quarto da destra), nella foto anche il presidente Giovanni Zaccanti (secondo da destra).

“
I mercati esteri avranno un peso sempre maggiore nei prossimi 3 anni

visioni, generatori di energie positive per tutti. Abbiamo proposto al mercato nuove referenze dal contenuto innovativo - la linea Zero Antibiotici e Azzurro a ridotto contenuto di sodio; durante la recente convention aziendale - che ha riunito più di 100 agenti di vendita presso l'auditorium dell'headquarter - abbiamo presentato una linea che raccoglie l'alta gamma del nostro territorio, «I racconti di Parmacotto».

L'azienda apre sempre più all'esterno, ad esempio la

sponsorizzazione alla Fisi...

La prima cosa che cerchiamo nei nostri partner è la condivisione di progetti e visioni. Fisi è una federazione vincente e pulita e l'energia che abbiamo sentito durante i primi incontri ci ha fatto capire che quella era la strada giusta. In ambito culturale e artistico, abbiamo dato seguito al contributo al restauro delle Catacombe di San Gennaro a Napoli, con la scelta di sostenere il Teatro Regio di Parma. La divisione Educational dell'azienda ha rinnovato l'impegno di cultura alimentare rivolto alle nuove generazioni attraverso la II edizione del progetto "A Scuola di Cotto", che raggiungerà quest'anno i 500 bambini in visita in azienda. Con Alma, infine, condividiamo i valori di eccellenza e alta specializzazione; siamo infine entrati a far parte di Alleanza Educativa Giocampus.

Quali sono i vostri progetti dal punto di vista dell'inno-

vazione di prodotto?

Stiamo lavorando su un sempre maggiore controllo della materia prima, nei giorni scorsi abbiamo definito il nostro ingresso come soci finanziatori di Opas (Organizzazione prodotto allevatori suini), andando a creare «la filiera Parmacotto». Questo ci permetterà di lavorare nei nostri allevamenti su alcuni progetti importanti quali l'Antibiotic free su materia prima nazionale e il benessere animale, che vedranno il loro compimento nel corso del 2019. Collaboriamo, inoltre, con le Università di Parma e Bologna per il continuo miglioramento dei processi produttivi e dell'ingrediente nutrizionale per conferire ai nostri prodotti il miglior profilo nutrizionale e organolettico. Nel 2019 costituiremo un Comitato scientifico composto da importanti personalità medico/scientifiche che ci accompagnerà in questo percorso. Infine, grazie ad una col-

laborazione con uno spin off dell'Università di Parma, lavoriamo in chiave progettuale sul packaging in un'ottica di sostenibilità ambientale.

Quali sono gli obiettivi che vi ponete nel breve e medio periodo?

Nel 2019 continueremo con una crescita a doppia cifra sui volumi e fatturato, anche in considerazione del consolidamento delle attività in partenza negli Usa e in alcune aree Ue. Per il 2020 ci aspettiamo di raggiungere i 100 milioni di turnover, attraverso un ampliamento della distribuzione sui mercati esteri e un rafforzamento del core business sul mercato nazionale, nel rispetto degli obiettivi economico-finanziari di un'azienda in perfetto equilibrio patrimoniale.

Quanto peso avrà in futuro l'export e su quali mercati puntate?

L'estero avrà un peso sempre maggiore nel prossimo triennio. A gennaio saremo al Fancy Food a San Francisco per definire con i partner americani le prossime strategie commerciali. In Europa oltre ai clienti attualmente serviti in Francia e Belgio, abbiamo iniziato progetti importanti anche in Germania e Svizzera. Qualche pensiero lo stiamo facendo sul l'estremo oriente: Giappone e Hong Kong. Parmacotto va nel mondo, mantenendo fede alla sua missione di brand di alta qualità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

r.eco.

Tlc Fibra ottica, accordo tra Comeser e Open Fiber

La società rafforza, a livello nazionale, i propri servizi Internet riducendone i costi

■ Comeser, operatore di telecomunicazioni a Fidenza, ha siglato nei giorni scorsi un accordo con Open Fiber, colosso nazionale costituito nel 2015 da Enel per la realizzazione di reti ed infrastrutture in fibra ottica, che consentirà all'azienda emiliana di rafforzare a livello nazionale l'offerta dei propri servizi internet appoggiandosi alla capillarità della rete di Open Fiber e abbattendone i costi. Il contratto è stato perfezionato dal presidente di Comeser Gianluca Scarazzini che spiega come cambierà il servizio. «Grazie a questo accordo - sottolinea Scarazzini - siamo in grado di rendere disponi-

bili a quasi dieci milioni di unità, tra abitazioni e aziende, nell'intera penisola i nostri servizi di connettività in fibra ottica in modalità Fiber To The Home (Ftth), ovvero "fibra fino a casa", quindi nell'intera tratta dalla centrale telefonica all'azienda o all'abitazione del cliente, con la conseguente possibilità di fornire servizi ad elevatissime performance di velocità di navigazione e a prezzo contenuto».

Con questo accordo Comeser diventa quindi operatore di telecomunicazioni nazionale forte di una copertura Internet in banda ultra larga a livello globale, sia in fibra ottica

che tramite tecnologia wireless.

Comeser è nata nel 2004 come società pubblica per realizzare la copertura ADSL nei comuni delle Terre Verdiane della provincia parmense e nel 2011 ha avviato la propria privatizzazione, rafforzandosi sul territorio, fino a conquistare i maggiori player industriali della provincia di Parma e non solo, attraverso soluzioni su misura "voce e dati", utilizzando una doppia tecnologia: fibra ottica e tecnologia wireless tramite ponti radio in banda licenziata. Oggi il gruppo Comeser, che fattura oltre 10 milioni di euro, ha 50 mila utilizzatori tra aziende, pubbliche amministrazioni e privati.

r.eco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



GLAXO-PFIZER JOINT VENTURE PER I FARMACI DA BANCO

■ Via alla joint venture tra GlaxoSmithKline e Pfizer nel segmento dei farmaci da banco e prodotti di largo consumo. Un'operazione che segna la nascita di un gigante mondiale nel settore consumer health con un fatturato complessivo di 12,7 miliardi di dollari. Glaxo avrà una quota di controllo del 68% nella nuova entità, e ha in programma di quotarla in Borsa nel giro di tre anni. L'intesa dovrebbe chiudersi nella seconda metà del 2019 e, ha spiegato Glaxo, spiana la strada allo spin off in due società, una focalizzata su farmaci e vaccini e l'altra sul segmento consumer health. All'inizio di quest'anno Glaxo aveva rilevato per 13 miliardi di dollari la partecipazione del 36,5% detenuta da Novartis nella joint venture nel settore consumer healthcare, mentre all'inizio di dicembre aveva acquisito per 5,1 miliardi di dollari la casa farmaceutica statunitense Tesaro, specializzata in terapie antitumorali.

r.eco.

Cisita Droni, la tecnica si impara facendo

■ Al WoPa si è tenuto il Multiplier Event del progetto internazionale Erasmus+ KA2 «Delta», frutto di un partenariato strategico coordinato da Cisita Parma, alla testa di un consorzio internazionale che vede protagonista il territorio parmense grazie alla presenza dell'azienda Aerodron e degli Istituti Scolastici «Berenini» di Fidenza e «Gadda» di Fornovo-Langhirano, oltre all'Istituto «Ferrari» di Maranello e altri partner spagnoli, rumeni e portoghesi.

Delta è un progetto ambizioso, perché sperimenta l'insegnamento delle discipline matematico-scientifiche, le cosiddette materie Stem, spesso ostiche per gli studenti, tramite la tecnologia dei droni, strumento ormai ampiamente diffuso anche in ambito civile, e che permette ai ragazzi di imparare facendo, mettendosi quindi in gioco in prima persona favorendo un alto grado di coinvolgimento e motivazione.

Proprio di «imparare facendo» si è discusso al WoPa, in un incontro dedicato alla metodologia didattica nota come "work based learning", l'apprendimento basato sul lavoro.

I giovani costruttori di droni hanno avuto anche l'opportunità di un confronto «peer to peer» coi colleghi di poco più anziani rappresentati dagli studenti dei corsi Its Tech&Food e Its Maker, che del work based learning fanno il loro pane quotidiano. Per informazioni sull'iniziativa: Serena Gerboni, (gerboni@cisita.parma.it), 0521.226500, www.cisita.parma.it.

r.eco.

Farine bio Produzione, Parma è apripista

■ Filiere di qualità, smart ed efficienti, guidate dai nuovi trend di mercato che chiedono pasta, pane e pizza, ma anche dolci e panettoni preparati esclusivamente con farine biologiche. A fare da apripista in Italia - spiega Confagricoltura Emilia-Romagna - è il granaio della regione, che dà il via a una cordata di imprenditori del grano biologico in squadra con i molini del territorio facendo seguito all'accordo quadro nazionale firmato un mese fa a Roma da Confagricoltura e Italmagna. A Parma sono stati sottoscritti i primi contratti, per una superficie coltivata di circa 200 ettari e potenzialità sono di gran lunga superiori: solo nel Parmense gli ettari in produzione sono all'incirca 1.000.

r.eco.