

Agroalimentare Nuove competenze digitali: focus venerdì



■ Venerdì, a partire dalle 10 si terrà a Palazzo Soragna il convegno «Competenze digitali per l'agroalimentare - Analisi, modellizzazione delle competenze e sperimentazione di programmi formativi», atto conclusivo di un progetto che ha coinvolto quattro filiere produttive. L'iniziativa, promossa da Unione Parmense degli Industriali e Federmanager Parma, è finanziata da Fondirigenti e realizzata da Cisita Parma in collaborazione con Smile Digital Innovation Hub con la supervisione scientifica del Dipartimento di Ingegneria e Architettura dell'Università di Parma. Interverranno Cesare Az-

zali, direttore Upi e Silvio Grimaldeschi, presidente Federmanager Parma, il direttore di Fondirigenti Costanza Patti, Giovanni Esposito, ricercatore Smile-DIH e Claudio Biasetti, responsabile della progettazione Cisita Parma, Andrea Zanlari (Frigomeccanica), Carlo Galloni (Fratelli Galloni) e il manager Fabio Colliva, Matteo Picinini e Mariagrazia Pisseri. Le considerazioni finali sono affidate a Massimo Bertolini, presidente di Smile-Dih. La partecipazione è libera, fino ad esaurimento dei posti disponibili, previa conferma della presenza a: rigolli@cisita.parma.it.

Cft Inaugurato il nuovo padiglione degli uffici

Catelli: «Per essere competitive le imprese devono creare le condizioni per potersi esprimere al meglio»

PATRIZIA GINEPRI

■ Non solo nuovi spazi funzionali in cui lavorare al meglio. Dietro all'inaugurazione del padiglione uffici del gruppo Cft c'è una filosofia aziendale coerente, immagine di un'azienda sempre proiettata al futuro. C'è una realtà che mette al centro la qualità e non solo delle macchine per l'industria agroalimentare. Ieri al quartier generale della società si è svolta una cerimonia semplice e sentita. Il presidente Roberto Catelli ha aperto le porte ai numerosi intervenuti, rappresentanti delle istituzioni, del mondo politico, accademico e dell'industria. Il nuovo edificio, di 3.500 metri quadrati, ha una forma pulita e lineare, con un ponte che lo unisce alla struttura esistente. E poi tanta luce e trasparenza: gli uffici si integrano armonicamente al contesto esterno.

«Per noi è un evento molto importante - premette Catelli, visibilmente emozionato - un nuovo investimento immobiliare dopo quelli effettuati in Spagna e Germania e dopo la recente inaugurazione della

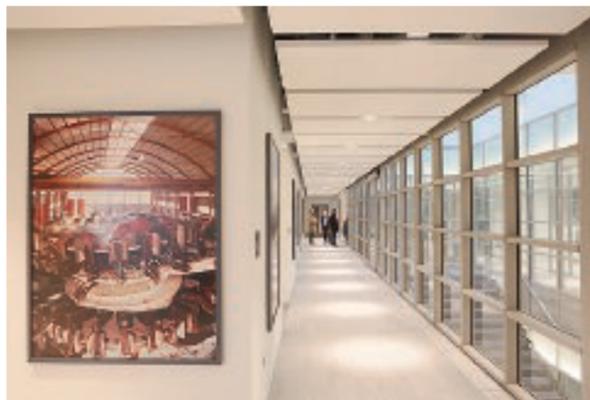
nuova sede di Raytec. Le imprese devono essere sempre competitive, per questo devono creare le condizioni per esprimere al meglio le loro potenzialità. Noi abbiamo il privilegio di vivere in una regione che rappresenta uno dei principali motori del paese. Non solo. Siamo a Parma, dove arte, cultura, gastronomia, industria alimentare e impiantistica alimentare, danno vita a un ambiente unico e irripetibile. Essere qui è un grande valore aggiunto e noi vogliamo contribuire a questa eccellenza che ci viene riconosciuta». Nel suo breve intervento Catelli ricorda il padre Camillo, fondatore del gruppo, a cui è intitolata la sala conferenze.

Un video di quattro minuti riassume la storia e il progresso tecnologico di Cft dal 1945 ad oggi e le immagini rendono l'idea più di qualsiasi commento. Del nuovo investimento torna poi a parlare l'amministratore delegato Alessandro Merusi. «È un pregevole manufatto - puntualizza - ma per me è soprattutto un punto di partenza per il futuro. Quando si decide di investire si

guarda inevitabilmente avanti, è il nostro compito. Negli ultimi due anni Cft ha investito 65 milioni e la ragione non è solo legata ai numeri. Investire significa creare valore e vuol dire anche mitigare il rischio d'impresa, attraverso la diversificazione delle produzioni. Non ultimo, mille dipendenti significa mille famiglie. Le aziende hanno una grande responsabilità sociale. Per investire ci vuole coraggio, però non bisogna dimenticare che i benefici vanno all'azienda, ai dipendenti e al sistema Paese. Se non ci fossero imprenditori che investono perderemmo pezzi della nostra cultura».

La nuova costruzione dedicata agli uffici è senza dubbio un edificio esteticamente bello e raffinato. A darne l'indirizzo, in termini di forma, è stato il concept designer, l'architetto Carlo Quintelli, che prendendo la parola, ringrazia tutta la squadra che ha lavorato al progetto. A cominciare dall'impresa Pizzarotti che ha realizzato il padiglione e da tutti i professionisti che hanno dato il loro contributo.

«La morfogenesi dell'edificio



CFT In alto, da sinistra Alinovi, Catelli, Azzali e Forlani. Al centro la prima macchina e a fianco i fratelli Adele, Livia e Roberto Catelli con l'ad Merusi. Sotto uno scorcio interno.

parte dalla centuriazione che ha retto le forme di questo territorio - spiega Quintelli -. La sua longitudinalità non sta solo nella matrice di 2.200 anni fa, alla Cft esiste anche una logica delle cose lineari». E così girando nei nuovi spazi il senso delle linee tese è in evidenza. Capita di vedere anche un corridoio di 170 metri, un ponte abitato che ospita sale riunioni, prospettive ritmate, trasparenze che lasciano intravedere anche l'impiantistica, riferimenti modernistici e classici, «il tutto integrato in una sorta di campus produttivo» tiene a sottolineare Quintelli. E poi c'è la memoria. Dopo una ricerca laboriosa, è stato recuperato ed esposto un pezzo di archeologia industriale, la prima macchina dalla struttura arcaica. Infine, la mano raffinata della fotografia. Quintelli cita Paolo Barbaro e poi Nunzio Battaglia, Luigi Bussolati e Nancy Goldring che hanno impreziosito le pareti con fotografie della realtà Cft con la loro personale chiave di lettura. Le istituzioni e il mondo industriale apprezzano. Per direttore dell'Unione Parmense Industriale Cesare Azzali, «l'investimento della Cft dimostra la vitalità e la voglia di fare di un'azienda che rappresenta una ricchezza del territorio». L'assessore all'urbanistica e ai lavori pubblici del Comune di Parma Michele Alinovi parla di cultura d'impresa. A chiudere è il presidente della Regione Stefano Bonaccini. «Parma non sarebbe tutto ciò che gli viene riconosciuto nel mondo se non ci fosse uno straordinario tessuto imprenditoriale come il vostro».

Dogane Ue, con la fiscalità comunitaria armonizzata servono nuovi documenti

Tutte le novità sono state illustrate in un incontro a Palazzo Soragna

LUCA MOLINARI

■ Il 2020 sarà un anno ricco di novità in materia doganale. Per illustrare tutti i cambiamenti previsti a livello comunitario - che riguardano tutte le aziende che effettuano cessione di beni al di fuori dell'Italia - ieri a Palazzo Soragna si è svolto un partecipatissimo incontro promosso dall'Unione Parmense degli Industriali e dal Gruppo Imprese Artigiane. I lavori sono stati aperti da Stefano Girasole, responsabile dell'ufficio economico dell'Unione Parmense degli industriali, che ha sottolineato «il valore questi momenti di confronto relativi a tematiche di grande attualità». Mattia Carbognani, tito-



SEDE UPI Da sinistra Carbognani e Girasole.

lare dello studio Toscano Carbognani, ha parlato quindi della fiscalità intracomunitaria e della cosiddetta origine preferenziale delle merci. «A partire dall'anno prossimo - ha spiegato - per poter emettere una fattura senza Iva all'interno dell'Ue serviranno una serie di nuovi documenti, perché la materia è stata armonizzata a livello comunitario». Il relatore ha quindi illustrato quali nuovi documenti saranno necessari e come fare per poterli reperire. «Questi documenti - ha pre-

cisato - saranno difficoltosi da reperire qualora il trasporto non sia curato dal cedente, ossia colui che vende».

Non mancano i cambiamenti anche per quanto riguarda l'origine preferenziale delle merci, ossia lo status che si dà alla merce per non pagare i dazi all'importazione (per gli acquirenti al di fuori dell'Ue). «La principale novità - ha detto Carbognani - è legata al fatto che non sarà possibile una pre-vidimazione del modello Eur1, ossia di un documento che serve per conferire lo status di origine preferenziale delle merci. Finora il modello poteva essere pre-vidimato dalla dogana, ma dal 2020 non si potrà più fare. Per questo, viene consigliato alle aziende di diventare esportatori autorizzati, così da poter conferire lo status di origine preferenziale delle merci senza dover emettere modelli Eur1 in forma cartacea».

Servizi Italia L'immagine dell'azienda si rinnova: logo e sito cambiano look

Nuovi colori per rappresentare le otto linee di business

■ Servizi Italia - leader di mercato nei servizi integrati in ambito sanitario in Italia, Brasile, Turchia, India, Albania, Marocco e Singapore - presenta il logo rinnovato e lancia il nuovo sito, a conclusione di un importante percorso di rebranding aziendale che ha riguardato i principali elementi di comunicazione del gruppo.

Dalla sua fondazione, nel 1986, ad oggi, Servizi Italia è passata dall'essere una semplice lavanderia industriale nella provincia di Parma ad affermarsi come principale operatore in Italia nel settore dei servizi integrati di noleggio, lavaggio e sterilizzazione di materiali tessili e strumen-

tario chirurgico per le strutture ospedaliere, avviando al contempo una forte crescita internazionale e ampliando la propria gamma di servizi dalla sanità all'industria.

«Il logo di Servizi Italia - si legge in una nota del gruppo - non ha mai subito sostanziali cambiamenti, accompagnando la società in un percorso caratterizzato dai valori distintivi che rappresentano i punti di forza del brand. Oggi la società ha sentito la necessità di comunicare e rinnovare l'immagine aziendale, mantenendo allo stesso tempo saldo il legame con tali caratteristiche che la rendono un partner solido, affidabile e soprattutto riconoscibile».

Il logo resta blu, tradizionalmente il colore di Servizi Italia, mentre il font diventa un Sans-Serif: «Insieme rappresentano la stabilità, la coerenza, l'affidabilità, così come anche l'attenzione, l'innova-

zione e la tecnologia: tutti valori che contraddistinguono la società e ne esprimono l'identità e la cultura aziendale».

Crescendo e consolidandosi, negli anni, Servizi Italia ha sviluppato nuove linee di business che sono state incluse nel processo di rebranding per rappresentare al meglio la diversificazione in atto. È nata così una nuova palette di colori che ben si presta a rappresentare ognuna delle otto linee di business. Non solo. Nel processo di rebranding dell'immagine aziendale, Servizi Italia ha rinnovato, inoltre, il proprio sito corporate, oggi rinominato www.serviziitaliagroup.com e online con uno stile grafico «che rispecchia l'immagine di una società moderna - conclude la nota - in continua evoluzione ma che ha mantenuto la continuità con la propria storia».

r.eco.