Consorzi Agrari
Aumento di capitale da 145 milioni, entra Cdp

» Aumento di capitale da 145 milioni di euro per Consorzi Agrari d'Italia, con l'ingresso di nuovi soci come il Fondo Nazionale STrategico, Banca del Fucino e Quinto giro investimenti mentre il gruppo Bf resta primo azionista. Le risorse, spiega una nota, saranno destinate «ad accelerare lo sviluppo dei poli industriali di eccellenza e della rete commerciale e ad implementare innovazione e ricerca. In particolare l'aumento sarà sottoscritto da Fondo Nazionale Strategico (gestito da Cassa depositi e Prestiti) per 100 milioni di euro - nuovo azionista con una quota del 12,99%; Bf Spa per complessivi 35 milioni di euro, mantenendo la quota di controllo con il 32,58%; Banca del Fucino (BdF) per complessivi 7,5 milioni di euro - nuovo azionista con una quota del 1,85%; Quinto Giro Investimenti (QG) per complessivi 2,5 milioni di euro - nuovo azionista con una quota dello 0,62%.

Alimentare «Unire formazione, innovazione e cura per il territorio»

Fra scuola e impresa: Ferrarini in Food Farm

» L'azienda Ferrarini entra in Food Farm 4.0, tra i soci del laboratorio territoriale che ha saputo diventare un'eccellenza nella formazione in ambito agroalimentare, promuovendo un modello vincente di collaborazione tra il sistema scolastico e il mondo delle imprese. «Un impegno con il territorio e la comunità, per costruire assieme un futuro sostenibile e di prossimità», spiega l'azienda.

L'adesione all'istituto parmigiano si inserisce nelle iniziative della società di Rivaltella in ambito education, come «Il Gusto di Imparare», il progetto che mira a integrare la formazione scolastica con l'esperienza pratica in azienda. Attraverso workshop, visite agli stabilimenti e momenti di approfondimento, il progetto coinvolge istituti superiori e università per favorire lo sviluppo di competenze tecniche e sensibilizzare le nuove generazioni alla qualità e alla sicurezza alimentare, valori centrali nella filosofia di Ferrarini.

Salumi L'azienda reggiana del settore dei salumi entra fra i soci di Food Farm 4.0.

Food Farm Il laboratorio di Food Farm 4.0.

Food Farm 4.0, con la sua rete di scuole, imprese e impianti tecnologicamente avanzati, rappresenta il contesto ideale per valorizzare queste sinergie. Il laboratorio, che accompagna gli studenti in una reale esperienza produttiva, diventa un punto d'incontro tra apprendimento e mondo del lavoro. «Per Ferrarini, entrare a far parte di questa innovativa realtà significa rafforzare la propria missione educativa e il dialogo costante con il territorio», dice l'azienda.

«Abbiamo deciso di aderire a Food Farm 4.0 - ha commentato Anna Giovanelli, Responsabile delle Risorse Umane di Ferrarini - perché crediamo profondamente nella condivisione dei valori che ci accomunano, radicati sulla fiducia in un percorso didattico che riesca ad avvicinare concretamente i giovani al linguaggio e alle esigenze del mondo del lavoro. Questo progetto rappresenta un'opportunità preziosa per costruire competenze e consapevolezza, unendo formazione, innovazione e cura per il territorio, in un'ottica di responsabilità sociale e futuro sostenibile».

Un nuovo capitolo di collaborazione e responsabilità sociale si apre così per Ferrarini, simbolo di eccellenza dell'Italian Food Philosophy.

r.eco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Visite agli impianti

«Insieme si vince»: Gsk, dipendenti e famiglie in festa a San Polo

Hanno partecipato 1.200 persone

Campus aziendale Nelle foto, due momenti della giornata dedicata ai collaboratori e alle loro famiglie. Altre foto sul sito web della Gazzetta di Parma.

» Una giornata di iniziative ha animato il campus di Gsk Parma: 1200 persone, tra collaboratori e loro famiglie e amici, insieme a 11 associazioni del territorio, hanno partecipato all'iniziativa a San Polo di Torrile, in una gionata all'insegna del motto «Insieme si vince».

È stata un'occasione per far conoscere e visitare gli impianti produttivi che portano farmaci innovativi, spesso salvavita, ai pazienti di tutto il mondo, per patologie gravi quali HIV-AIDS, cancro, Lupus sistemico e nefrite lupica, asma severa.

«Una combinazione vincente di scienza, tecnologia e talento - dicono da Gsk - che grazie alle competenze degli oltre 700 collaboratori affronta ogni giorno la sfida di introdurre e fornire nuove terapie».

Insieme ai collaboratori Gsk erano presenti tante associazioni, che collaborano con l'azienda sui temi della sostenibilità, della cura e del servizio ai più fragili, della promozione di scienza, arte e cultura come forme più alte di democrazia e motore di mobilità sociale, oltre che fonte di ispirazione per tutte le persone che lavorano nel campus di San Polo di Torrile e per tutti i loro cari.

«Una giornata intensa, vissuta con grande energia, con orgoglio - conclude l'azienda - e con la determinazione di continuare a investire sul territorio, per farlo diventare sempre più attrattivo, inclusivo e innovativo. Sempre più "vincente", insieme!».

r.eco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pomodoro Il Food Service si rinnova per chef e professionisti

Rodolfi completa il rebranding

» Dopo il restyling della linea Retail avvenuto lo scorso anno, Rodolfi Mansueto completa il progetto di unificazione di marca e lo porta nelle cucine professionali con un rebranding dedicato al Food Service.

In un settore Horeca in continua evoluzione, l'azienda parmense sceglie di parlare direttamente a chi ogni giorno trasforma i suoi prodotti in piatti d'autore: chef, pizzaioli e operatori della ristorazione. Una nuova immagine coordinata, più moderna e incisiva, pensata per dare ancora più valore ai professionisti e rendere il brand immediatamente riconoscibile anche sui mercati internazionali.

«Non si tratta solo di un cambio d'abito, ma di un vero e proprio ripensamento dell'intera offerta - dice l'azienda del settore del pomodoro -. Alpino, marchio che richiama le origini dell'azienda, diventa oggi la firma esclusiva del Doppio Concentrato, proposto in tutti i formati per offrire ai professionisti versatilità e qualità costante».

Ardita, con la sua ricca gamma di Polpe, Passate, Salse e Specialità, si presenta invece con un look rinnovato e più contemporaneo, capace di parlare il linguaggio delle cucine moderne. E per completare il quadro, debutta una nuova linea a marchio Rodolfi, che porta nel mondo del Food Service le stesse passate e polpe amate dai consumatori, ma in formati studiati su misura per le esigenze delle cucine professionali.

«Il rebranding del Food Service rappresenta il naturale completamento di un progetto strategico che ha visto lo scorso anno il rinnovamento della gamma Retail - commenta Massimo Manferdini, direttore commerciale Italia -. Con questa operazione vogliamo essere sempre più vicini ai professionisti della ristorazione, offrendo loro un marchio solido, riconoscibile e capace di ispirare creatività in cucina, in Italia e nel mondo».

Con il nuovo packaging per il Food Service, la Rodolfi Mansueto completa il processo di rebranding avviato nel 2024, che ha visto il restyling di logo, gamma Retail insieme al lancio del nuovo spot pubblicitario nazionale. La rinnovata presenza digitale e gli investimenti in comunicazione testimoniano la volontà dell'azienda di rafforzare la propria competitività e di sostenere la crescita in Italia e all'estero.

Managerlab: a ottobre parte un corso gratuito per laureati

» Cisita Parma segnala il progetto «Managerlab: nuove competenze per una governance sostenibile e innovativa», gestito da una compagine di enti di formazione, università ed accademie. L'iniziativa punta a dare una spinta concreta alla crescita e alla produttività, aiutando a diffondere un approccio più imprenditoriale e innovativo.

Il progetto si rivolge a persone con una formazione universitaria (studenti universitari e studenti dei corsi di I o II livello degli Istituti AFAM; persone in possesso di un titolo di istruzione universitaria conseguito da non più di 36 mesi; persone iscritte ai percorsi di dottorato di ricerca e dottori di ricerca con titolo conseguito da non più di 36 mesi), residenti in Emilia-Romagna, offrendo strumenti pratici e aggiornati per affrontare con efficacia, spirito innovativo e visione strategica i loro ruoli nelle organizzazioni.

Il 21 ottobre inizierà il corso di 40 ore «Comunicazione d'impresa e digital reputation». Per iscriversi occorre registrarsi su https://www.managerlab.it, selezionando il corso. La partecipazione è gratuita. Info: 800-036425, managerlab@formindustria.it, www.managerlab.it.

CEIP INFORMA

CEIP 25° CONSORZIO ENERGIA IMPRENDITORI PARMENSI 25 anni | 2000 - 2025

ANDAMENTO QUOTAZIONI

Quotazioni energetiche poco mosse. La riduzione delle importazioni di gas da Algeria e Norvegia, dovuta a manutenzioni non programmate, è stata in larga parte compensata da maggiori arrivi di GNL provenienti soprattutto dagli Stati Uniti.

	Media periodo dal 19/09/2025 al 25/09/2025	Media periodo dal 12/09/2025 al 18/09/2025	Var. % sett. precedente		Var. % mese precedente	
ELETTRICITÀ (€/MWH)						
Prezzi Spot	110,72	106,88	3,60	↑	1,78	↑
Prezzi a termine 2026	105,50	105,79	-0,27	↓	0,49	↑
Prezzi a termine 2027	97,65	97,17	0,49	↑	2,03	↑
GAS NATURALE (€CENT/M³)						
Prezzi Spot	36,38	36,32	0,15	↑	-3,44	↓
Prezzi a termine 2026	35,58	35,95	-1,03	↓	-2,25	↓
Prezzi a termine 2027	33,03	33,18	-0,47	↓	-0,50	↓
BRENT (DOLLARO/BARILE)	67,92	67,66	0,39	↑	1,14	↑

L'EGO - HUB

FONTE: Elaborazione Ceip su dati di mercato