

Rimini Iren, dibattito con il ministro a Ecomondo

Il gruppo Iren sarà presente a Ecomondo a Rimini, la fiera di riferimento per la cultura della transizione ecologica e dell'economia circolare (5-8 novembre). Martedì alle 11,30 nello stand Iren apertura con il presidente Luca Dal Fabbro e dall'amministratore delegato Gianluca Bufo. Inaugur-

zione con il concerto della Gaudats Junk Band, che coinvolgerà il pubblico usando strumenti costruiti con materiali di riciclo. Alle 16,45 sarà illustrata «La roadmap italiana per le materie prime critiche», con i risultati dell'ultimo studio, realizzato in collaborazione con The European House

Ambrosetti, sulle strategie per sostenere la competitività industriale del Paese a partire dalle opportunità offerte dalle Materie Prime Critiche. Parteciperanno il ministro dell'Ambiente Gilberto Pichetto Fratin, Luca Dal Fabbro e Lucia Leonessi, Direttore generale di Confindustria Cisambiente.

Intervista

Schivazappa «Vogliamo essere polo di aggregazione nei salumi»

Parmacotto e l'intesa con GranTerre: più estero e nuovi prodotti

Una «food company» che sappia espandersi a 360 gradi fra novità di prodotto e mercati. È questo che nascerà dall'aggregazione, annunciata in questi giorni, fra Parmacotto e Salumifici GranTerre di Modena. Un polo capace di spaziare dai salumi ai piatti pronti. E presto alcune novità arriveranno proprio da Parma, tra pasta fresca e prodotti halal.

Andrea Schivazappa, amministratore delegato della Parmacotto, approfondisce genesi e prospettive di questa aggregazione: «È partita a maggio, ragionando sulla struttura e sull'andamento del settore, con le criticità degli ultimi anni dovute al quadro macroeconomico. Abbiamo iniziato a fare riflessioni, aiutati anche dal nostro advisor Intesa Sanpaolo, per capire come creare un polo che potesse calmiere le eventuali criticità future. La risposta: devi diventare grande, molto forte per portare nel mondo il Made in Italy in maniera strutturata. Questo può avvenire semplicemente aggregando industria e brand. Ci siamo seduti al tavolo con due soggetti che avevano entrambe le caratteristiche. Insieme abbiamo 20 stabilimenti, quindi una «potenza di fuoco» molto importante. E abbiamo portato all'interno della joint venture il più grande brand dei salumi, Parmacotto. Siamo molto orgogliosi di averlo tenuto a Parma negli anni difficili (2014 e 2015) e di averlo consolidato. Abbiamo pensato che si potesse creare un polo che fosse un esempio: anziché aspettare qualcuno che venga a comprare i brand, dobbiamo essere proattivi nel nostro destino». **L'obiettivo di 1,5 miliardi di fatturato in cinque anni è ambizioso...**

«Partiamo nel 2025 già con 1,1 miliardi. Essendo presenti come gruppo nei tre mercati più importanti dell'export dei salumi italiani - Francia, Ger-



mania e Stati Uniti - l'obiettivo è raggiungibile».

Francia e Germania sono in rallentamento. Anche per l'export del settore?

«La prima parte dell'anno è stata «freddina» a causa dell'inflazione ma i dati del consumo e del libero servizio, sia in Italia sia negli altri Paesi, anche se di poco continuano a crescere. Non c'è un mercato in recessione ma una criticità di approccio al mercato. Si deve andare nel mondo con strutture consolidate e organizzate, altrimenti rischia di fare molta fatica».

Governance, quali novità?

«Sarà una governance da joint venture, non da acquisizione. È un'operazione che porterà i migliori manager a gestire questo gruppo».

Quando sarà completata l'operazione?

«Dal punto di vista del consolidamento di queste regole, entro fine novembre avremo definito tutti i dettagli che riguardano l'organizza-

zione, la governance e le tempistiche. Per quanto riguarda l'operazione societaria, per questioni che riguardano la parte digitale e la gestione dei clienti andremo nella seconda metà del 2025».

Per strategie ed economie di scala, cosa metterete in comune?

«Nel secondo semestre 2025 la società sarà unica, con tutti i brand: bisognerà quindi consolidare la parte digitale, organizzativa, commerciale... Con un'organizzazione comune, ad esempio il responsabile commerciale gestirà tutti i prodotti e i brand del gruppo. Dal punto di vista industriale, abbiamo studiato le economie di scala, che sono fondamentali anche per rendere l'azienda più competitiva. Il brand che trainerà tutto il settore della salumeria del gruppo è Parmacotto. È il più importante ma non sarà utilizzato in maniera strumentale; il gruppo andrà in giro per il mondo a portare questo brand famosissimo. Lo vediamo negli Stati Uniti: stiamo facendo operazioni legate allo sviluppo del brand, con feedback positivi».

Crescerete ancora?

«Stiamo parlando di un polo aggregante. Sicuramente questa è l'operazione di partenza e ve ne saranno altre nei prossimi anni. Vogliamo crescere in via interna e con acquisizioni, perché pensa-

L'accordo

A fianco, la sede della Parmacotto. Sotto, l'ad Andrea Schivazappa. L'intesa fra GranTerre di Modena e AZ Srl, finanziaria della famiglia Zacanti, prevede l'apporto in Salumifici GranTerre Spa dell'intera partecipazione di AZ in Parmacotto. Nascerà un soggetto con oltre 1,1 mld di ricavi, 2.500 dipendenti e 20 stabilimenti in totale.

mo che altri operatori, non solo nel settore nazionale, possano essere strategici nel nostro piano di sviluppo. Il polo di aggregazione nel mondo della salumeria italiana vorremmo essere noi. Negli Stati Uniti, dove siamo più avanti, abbiamo due stabilimenti che saranno utilizzati chiaramente per tutto il gruppo, dove il brand Parmacotto si sta consolidando. Ma anche Francia, Germania, Austria, Inghilterra, Giappone ci portano ad essere effettivamente, forse per la prima volta nel mondo dei salumi, un'azienda a 360 gradi dal punto di vista internazionale. Il mercato nazionale è molto statico. Ci sono nuovi cittadini con culture gastronomiche diverse dalla nostra: pensiamo di andare a coprire le loro esigenze; stiamo partendo con un progetto halal molto importante per quanto riguarda la Parmacotto. Dal punto di vista internazionale si può fare tanto. Il gruppo si propone di essere una food company, non solo un polo della salumeria. Con la potenza e la forza di questo gruppo si possono declinare meglio le caratteristiche del brand Parmacotto non solo nel mondo dei salumi ma in altri settori del Food».

Quali novità proporrete?

I prodotti halal saranno fatti con referenze certificate. Questo tipo di mercato sta crescendo molto velocemente in Europa, non solo in Italia. Al di là dei piccoli passi fatti nel mondo dei servizi da Parmacotto e dal gruppo GranTerre, riteniamo che il nostro brand possa essere declinato in altri settori come la pasta fresca ripiena. È un progetto che sta partendo (faremo i primi test in Svizzera) soprattutto nel mondo del retail. Il brand Parmacotto è una garanzia di prodotto che sicuramente è molto gradito dal consumatore finale».

Andrea Violi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cisita Parma Corsi Its Tech&Food: «open day» il 5 novembre



Cisita Parma informa che è in programma martedì 5 novembre, alle 17, all'Istituto salesiano San Benedetto (piazzale San Benedetto 5, Parma) l'Open day dedicato ai corsi Its Tech&Food della sede di Parma. Sarà l'occasione per conoscere da vicino i piani di studi, le opportunità di stage, apprendistato e lavoro, nonché i coordinatori dei corsi e gli studenti e i diplomati degli scorsi anni. Si ricorda infatti che Its Tech&Food Academy ha riaperto le iscrizioni ai tre corsi che si svolgono a Parma, Digital Factory, Food Development e Food Tech, e mette a disposizione ulteriori posti per diventare tecnici altamente specializzati per l'industria agroalimentare con immediate prospettive occupazionali. I corsi realizzati da Its Tech&Food Academy rispondono alle esigenze delle aziende del territorio emiliano-romagnolo e della Food Valley (a un anno dalla fine del corso il tasso di occupazione dei diplomati è superiore all'86%). Per accedere ai percorsi è sufficiente aver conseguito il diploma di istruzione secondaria superiore oppure un titolo equivalente o superiore. I corsi si svolgono in presenza e offrono l'opportunità di realizzare stage all'estero e a fuorisede, pendolari e studenti in sede di accedere a borse di studio fino a 6mila euro, più eventuali maggiorazioni. Per informazioni e iscrizioni ai corsi e all'open day: www.itstechandfood.it, sedediparma@itstechandfood.it, telefono e WhatsApp +39 376 121 2358.



Fra le novità, stiamo partendo con un progetto halal, un mercato in crescita in Europa. Decliniamo il brand Parmacotto anche in altri settori, come la pasta fresca ripiena.



Siamo orgogliosi di aver tenuto a Parma il marchio negli anni difficili e di averlo consolidato

WOW

Il Mutuo ora è DIGITAL



Mutuo Crédit Agricole Greenback: lo richiedi online, hai un consulente dedicato e tante opzioni di flessibilità per la rata.

[SIMULA IL TUO MUTUO SU CREDIT-AGRICOLE.IT](http://www.credit-agricole.it)

Messaggio promozionale. Informazioni Generali sul Credito Immobiliare in Filiale e sul sito. La gestione della richiesta di mutuo in modalità digitale è riservata, previa verifica della sussistenza dei requisiti, a nuovi clienti in possesso di SPID e residenti in zone di presenza territoriale della Banca, che abbiano effettuato la richiesta tramite il sito www.credit-agricole.it. Qualora per il completamento della pratica siano necessari ulteriori approfondimenti a cura del Gestore, la Banca si riserva di richiedere al cliente di recarsi presso una delle proprie filiali.

credit-agricole.it

CRÉDIT AGRICOLE

f d in @