

Automobili Riparte il tavolo Stellantis. Urso aspetta il piano

» Riparte oggi - dopo quasi un mese dalle audizioni parlamentari con l'ultimo forte scontro politico - il tavolo Stellantis, convocato al ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso, con azienda, sindacati, Anfia e Regioni. Il confronto non parte sotto i migliori auspici, dal momento

che il governo ha tagliato di 4,6 miliardi il fondo automotive nella legge di bilancio riducendo a 200 milioni all'anno le risorse per il settore impegnato nella conversione all'elettrico. L'Anfia, l'associazione della filiera auto, chiederà che i fondi rimasti vadano a sostegno delle piccole imprese della

componentistica ed è probabile che porti a casa un impegno in questa direzione. E, fra le questioni urgenti, c'è quella degli ammortizzatori sociali in scadenza in molte fabbriche dell'indotto. Il ministro Urso si aspetta che Stellantis presenti «un piano preciso».

Intervista La presidente Borri: «Modello di sviluppo creativo»

Ad Store cresce in Italia e si consolida all'estero

» È un 2024 da incorniciare per Ad Store, agenzia creativa internazionale che dalla sua sede italiana a Parma coordina lo sviluppo del gruppo esportando un modello oggi presente in 15 Paesi.

Le ragioni sono molteplici, come ci spiega la presidente Natalia Borri.

«In Italia chiuderemo l'anno in forte crescita, con un fatturato di oltre 3,5 milioni ampiamente superiore alle previsioni - mette subito in evidenza - grazie alle numerose gare vinte e a diversi nuovi progetti e clienti acquisiti. Al tempo stesso si rafforza il nostro posizionamento internazionale. Quest'anno siamo sbarcati in Giappone, con l'ingresso nel gruppo di Yamano & Associates, con il quale abbiamo avviato un'importante attività di marketing per Mutti e al tempo stesso stiamo per iniziare una nuova collaborazione per un altro global brand food». La presidente sottolinea che il Paese nipponico rappresenta un focus molto importante nell'ambito del progetto di internalizzazione di Ad Store, insieme all'area Middle East e Nord Africa, dove l'agenzia ha due sedi, in Egitto e a Dubai e grandi progetti in cantiere.

«Per me fare impresa è una grande scelta creativa - tiene a sottolineare la Borri - e anche il modello di sviluppo internazionale di Ad Store è creativo, unico e diverso da tutti gli altri. Non è né una rete di agenzie indipendenti presenti nei mercati che non collaborano e non hanno una direzione strategica univoca, né il classico modello di casa madre e filiali, con logiche di business centrale. Il nostro è un sistema misto di fast networking: investiamo in agenzie, alcune controllate al 100% come a Dubai, altre partecipate, scegliendo i mercati che riteniamo più strategici. In altre aree, altrettanto interessanti, realizziamo partnership con realtà che entrano nel nostro network condividendo la filosofia, gli strumenti e il modello di lavoro di Ad Store attraverso un accordo commerciale. Avviene anche in Sud



Azienda
Sopra, foto di gruppo del team di Ad Store a Parma. A fianco, Natalia Borri, presidente di Ad Store.



Africa e in Zambia».

In tutto questo l'Italia resta un mercato fondamentale. «La mia idea, fin dall'inizio, è stata quella di aprire un'agenzia a Parma, ma al tempo stesso era ferma la volontà di superare i confini - spiega la presidente di Ad Store -. Il modello realizzato mi ha permesso di rimanere nella città che amo e in cui voglio vivere, di cogliere le numerose opportunità che questo territorio offre, con grandi brand e multinazionali e di dedicarmi alla comunicazione nel settore food, che rappresenta una passione da sempre. Ogni cliente sa di poter contare su una squadra italiana di 40 persone, ma anche su un know-how, su di una apertura mentale e conoscenza dei vari trend internazionali, grazie a un gruppo che comprende quasi 200

persone ed opera in quattro diversi continenti».

Con quali criteri si punta a un mercato piuttosto che a un altro? «A ispirare le ultime scelte sono state le esposizioni universali - risponde la Borri -. Prima di Expo 2020-2021 ho deciso di aprire a Dubai perché avevo clienti, come il gruppo Bracco, main partner di Padiglione Italia. È stata una grande occasione di kick off e l'anno prossimo con l'Expo in Giappone non volevo mancare all'appuntamento. Sarò a fianco di alcuni player presenti in Padiglione Italia, in un gran momento di scambio culturale».

Non ultimo il tema della crescita sostenibile. Ad Store ha appena lanciato il proprio Human Report relativo al 2023. «Uno strumento prezioso con cui misurare la capacità della nostra agenzia di produrre valore sociale ed economico condiviso - spiega la Borri -. In un unico documento sono state raccolte le azioni e i progetti più importanti messi in campo lo scorso anno dall'agenzia con lo scopo di generare un impatto positivo sulle persone. In un mondo in cui tutti parlano di impatto zero, da sempre Ad Store si impegna nel creare relazioni autentiche e di migliorare la vita delle persone. La nostra mission è quella di essere realmente moltiplicatori di impatto positivo, attraverso azioni concrete e scelte innovative».

Patrizia Ginepri

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nelle scuole Lactalis, al via «Cucina emotiva»

» Lactalis Italia presenta «Cucina Emotiva», il progetto che si pone l'obiettivo di accrescere l'attenzione e la consapevolezza tra i giovani sui temi della sfera emotiva e i disturbi della nutrizione, promosso in collaborazione con Nutrimente Aps, associazione che si occupa della prevenzione e cura di patologie alimentari. L'iniziativa, che si inserisce nel programma DI-SrACTIVE di Lactalis (il gruppo che, fra i vari marchi, controlla Parmalat) a supporto delle condizioni di fragilità e a favore dell'inclusione, coinvolge oltre 400 studenti in 21 scuole in presenza e da remoto a Parma, Catania, Napoli, Roma e Milano e offre un percorso formativo in aula e attraverso la speciale App «Cucina Emotiva».

Protagonisti della campagna sono i Vik (Very Important Kids), giovani ambasciatori del programma dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Attraverso moduli didattici innovativi e una piattaforma digitale interattiva, il progetto mira a sviluppare una gestione consapevole delle emozioni legate all'alimentazione e alla sfera personale. Gli studenti, grazie alla guida di professionisti ed esperti del settore, hanno l'opportunità di esplorare in aula temi emotivi che difficilmente trovano spazio nei programmi scolastici tradizionali, contribuendo a sensibilizzare i giovani su una problematica sempre più diffusa: l'aumento del numero di casi di disturbi alimentari tra adolescenti e pre-adolescenti e l'abbassamento dell'età di esordio.

Secondo i dati del ministero della Salute, infatti, i disturbi alimentari tra i giovani hanno registrato un aumento di quasi il 40% dal 2020 ad oggi, con i primi sintomi che iniziano a manifestarsi già intorno agli 8-10 anni.

Cisita Parma Corsi interaziendali e sicurezza: i cataloghi



» Sono disponibili su www.cisita.parma.it i nuovi cataloghi 2025 dedicati ai corsi interaziendali a mercato e ai corsi di salute e sicurezza sul lavoro. Ogni anno Cisita Parma arricchisce la propria offerta formativa proponendo una serie di corsi a catalogo, che interessano diverse aree trasversali come ad esempio: l'Area manageriale e l'Area organizzativa e risorse umane; l'Area commerciale e marketing e l'Area amministrazione, finanza e controllo; l'Area acquisti, produzione e tecnologie produttive e l'Area linguistica e l'Area informatica, fino ad arrivare all'Area sicurezza e salute sui luoghi di lavoro. La docenza è affidata a personalità di primo piano nel settore, provenienti da aziende, società di consulenza specialistiche e dal mondo della ricerca tecnico-scientifica, con comprovata esperienza didattica. Solo per i corsi del catalogo interaziendale regionale, per riuscire a programmare con flessibilità, economicità e semplicità la formazione, le aziende possono usufruire di Cisita Pass: uno strumento pensato in modo che l'azienda possa scegliere i titoli di suo interesse tra le attività proposte all'interno del catalogo regionale, a inizio anno oppure nel corso dei mesi successivi, indipendentemente dalla sede del corso stesso e senza impegno sui singoli titoli. Per informazioni sul catalogo interaziendale: Federica Ravasini, ravasini@cisita.parma.it, 0521-226510. Per info sul catalogo sicurezza: Chiara Ferri, ferri@cisita.parma.it, 0521-226535.

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.

Calcola la rata

SIMULA IL TUO MUTUO SU 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. Prava 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 @