



PER LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Servizi Italia, nuova certificazione

■ Servizi Italia ha ottenuto la certificazione SA8000 per la Responsabilità Sociale d'Impresa, che definisce lo standard globale a cui aderiscono le aziende di tutto il mondo per garantire e affermare la propria eticità e conformità al rispetto e alla tutela dei diritti umani e dei lavoratori. Il riconoscimento si aggiunge alle altre certificazioni già ottenute e consolida il percorso della società legato alla sostenibilità,



OPEN! STUDI APERTI

Recs lungo «La Via della Seta»

■ In occasione di Open! Studi Aperti, evento del Consiglio Nazionale degli Architetti Pcc, lo studio parmigiano Recs Architects ha esposto i progetti internazionali seguendo un filo immaginario lungo «La Via della Seta». Recs, oltre alla sede di Parma, annovera studi a Dubai (Emirati Arabi), Chengdu (Cina) e Belo Horizonte (Brasile). Il team è composto da oltre 60 professionisti tra collaboratori e consulenti.

Chiesi Licenza di prodotto, accordo con Inhibrx

Esclusiva per lo sviluppo e la commercializzazione di una proteina

■ Il gruppo Chiesi Farmaceutici e Inhibrx, biotech con una ampia pipeline di prodotti biotecnologici innovativi, hanno siglato un'opzione di licenza esclusiva per lo sviluppo e la commercializzazione di Inbrx-101 per tutti i territori ad eccezione di Stati Uniti e Canada dove Inhibrx manterrà i diritti di sviluppo e commercializzazione.

«Inbrx-101 è una proteina di fusione che dovrebbe entrare in sviluppo clinico a metà di quest'anno - si legge nella nota in cui viene annunciato l'accordo -, è una versione ricombinante della proteina alfa-1 antitripsina per il trattamento di pazienti affetti da deficit di Alfa-1-antitripsina, una



CHIESI FARMACEUTICI Il centro ricerca.

malattia genetica rara caratterizzata dalla distruzione progressiva del tessuto polmonare. Chiesi Farmaceutici, che ha oltre 80 anni di esperienza nel

settore farmaceutico e impiega circa 5.700 persone, è presente in 28 Paesi. Il Gruppo ricerca, sviluppa e commercializza farmaci innovativi nelle terapie respiratorie, nel-

la medicina specialistica e nelle malattie rare. La Ricerca e Sviluppo ha sede a Parma e si è integrata con altri 6 importanti gruppi di ricerca e sviluppo in Francia, Stati Uniti, Regno Unito, Svezia e Danimarca, per promuovere i propri programmi preclinici, clinici e di registrazione. Inhibrx biotech con programmi in fase clinica focalizzata allo sviluppo di un'ampia pipeline di farmaci biologici innovativi. Utilizza metodiche di protein engineering per soddisfare le esigenze specifiche di target biologici complessi tra cui la piattaforma proprietaria sdAb. La pipeline è specializzata nell'oncologia, malattie rare e patologie infettive. Inhibrx ha collaborazioni con Celgene e Bluebird Bio e ha ricevuto riconoscimenti da numerosi istituzioni.

r.e.co.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Gia Rivoluzione digitale: come si trasformano le pmi

Quando la tecnologia aiuta a cambiare passo: scambio di testimonianze su casi concreti

■ A lezione di innovazione. Tra esempi virtuosi e servizi pensati per la rivoluzione digitale delle pmi. A Palazzo Sogarna si è svolto l'incontro «Industria 4.0. Il percorso di innovazione per le pmi» organizzato dalla sezione informatica del Gruppo Imprese Artigiane, rappresentata da Antonio Colombi. Il vicepresidente Fabrizio Montali ha illustrato casi concreti di applicazione delle tecnologie digitali.

«L'industria 4.0 è una tematica a cui tutte le aziende manifatturiere dovrebbero porre attenzione - ha premesso - perché implementa il processo di innovazione che consente di rendere più competitiva, moderna e ottimizzata l'industria manifatturiera. Come dimostrano una serie di casi concreti, anche le pmi e le aziende di produzioni meccaniche possono trarre grandi benefici introducendo innovazioni di processo e di ge-

stione dei dati strategici per il business dell'azienda». Sergio Crippa (IoT & Industri 4.0 program manager di Hpe Italia) ha spiegato che «analizzando i dati infatti posso comprendere dei fenomeni che prima non capivo e modificare il mio modo di produrre, progettare, mantenere, creando nuovi modelli di business. Fondamentale inoltre attuare un percorso di innovazione in modo sicuro, senza rischi». Giovanni Romagnoli (Università di Parma) ha presentato il digital innovation hub Smile, riportando il caso dell'azienda Rp Santini.

«Grazie alla collaborazione pluriennale con l'azienda - ha sottolineato - abbiamo reingegnerizzato i processi di business e supportato la digitalizzazione della produzione». Stefano Massari (Fstt) ha spiegato che l'azienda è un esempio innovativo «nell'ambito dei sistemi di tracciamento nel Food per la certificazione del mantenimento della temperatura controllata nei trasporti». Piergiorgio Ricchetti ha infine illustrato le agevolazioni fiscali legate a «Industria 4.0».

L.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Corradi Mangimi Prodotti funzionali e tecnologia sono le armi per competere

In 7 anni il fatturato è passato da 2 a 12 milioni Soluzioni ad hoc per il benessere animale

■ In sette anni hanno sestuplicato il loro fatturato e attraversato il periodo della recessione. Come? Puntando su prodotti funzionali, sul valore delle risorse umane, su nuove acquisizioni aziendali e sulle opportunità di Industry 4.0. E' la Corradi Mangimi, specializzata in nutrizione zootecnica principalmente per

vacche da latte e bovini da carne, con sedi a Traversetolo e Roccabianca. «Abbiamo cominciato a sperimentare soluzioni orientate al benessere animale già dal 2012», spiega Giovanni Corradi, co-titolare dell'azienda, insieme alla sorella Giulia. Terza generazione di una famiglia operante nel settore della nutrizione



animale dal 1937, quando il nonno Pasquale e poi successivamente il papà Andrea cominciarono l'attività molito-

ria, i giovani imprenditori hanno avuto l'intuizione di un «ritorno al passato», coniugato con le moderne conoscen-

ze, per guardare con maggiore ottimismo al futuro: «Partiamo dal presupposto che in natura sia già presente tutto ciò che ci serve». Il responsabile commerciale Franco Zantelli parla di personalizzazione dei mangimi: su 315 stalle clienti, tra Emilia Romagna, Lombardia, Veneto, abbiamo realizzato ben 360 formule». Personalizzazione necessaria anche tenendo conto del disciplinare del formaggio prodotto. Grazie all'acquisizione di un'azienda del settore nel 2012 e agli investimenti (2014-2022) di 1,3 milioni in tecnologia Industry 4.0, «il fatturato è passato da 2 a 12 milioni in 7 anni».

A.D.G.

Promozione

Ad Store e Parmacotto, sinergie per il brand

Nel futuro del marchio c'è il mercato del Nord America

■ La prima è una prestigiosa agenzia di comunicazione di Parma, specializzata nello sviluppo di campagne dalla forte valenza strategico-creativa e dall'approccio human oriented. La seconda è la più storica realtà italiana nella produzione e commercializzazione di salumi e affettati. Sono The Ad Store Italia e Parmacotto: in comune l'attenzione all'alta qualità della propria offerta e la vocazione internazionale. Ma anche il legame con il proprio territorio e la propria città: Parma.

E, forse, è anche per questo che Parmacotto ha affidato per via diretta a The Ad Store Italia l'incarico di affiancarla nel percorso di rinnovamento strategico e creativo della comunicazione, per supportare il brand e il suo ampio portfolio di prodotti durante tutti gli appuntamenti di marketing sia a livello corporate che consumer.

«Un marchio storico ma proiettato al futuro: Parmacotto è la conferma della vocazione di Ad Store alla comunicazione in ambito food, settore nel quale in quasi 20 anni di attività abbiamo sviluppato un know-how di cui oggi più che mai ci sentiamo orgogliosamente forti - dice Natalia Borri, presidente e chief creative director di The Ad Store Italia.

E nel futuro di Parmacotto ci sono anche gli Stati Uniti, l'azienda, infatti, ha deciso di acquistare la maggioranza di Cibo Italia rinominandola Parmacotto LLC, controllata per il 70%. «Abbiamo deciso di puntare sul mercato del Nord America poiché pensiamo ci siano ampi spazi di sviluppo per i nostri prodotti. L'investimento nell'acquisto del 70% di Cibo Italia permetterà di sviluppare importanti sinergie che sfrutteranno il posizionamento e la penetrazione distributiva della società americana e l'alta qualità dei prodotti Parmacotto.» sottolinea Andrea Schivazappa, amministratore delegato di Parmacotto. The Ad Store (adstore.it), che dall'Italia guida e coordina le attività di sviluppo internazionale del proprio network di agenzie creative indipendenti («We are the Human Network»), seguirà il piano di espansione del brand nel Nord America lavorando in sinergia con il team PR americano di The Ad Store Nyc.

r.e.co.

© RIPRODUZIONE RISERVATA