

+29,4%
CREDITO AL CONSUMO
FRA GENNAIO E APRILE

Nei primi quattro mesi 2021 le erogazioni complessive di credito al consumo crescono del 29,4%, grazie soprattutto al rimbalzo di marzo e aprile. Il mercato tuttavia non è ancora tornato ai livelli pre-Covid: il raffronto con i primi quattro mesi 2019 evidenzia infatti ancora una contrazione (-12,1%). È quanto emerge dall'Osservatorio di Assofin, Crif e Prometeia.

Intesa Sanpaolo
Un milione
per far decollare
cinque imprese

» Cinque startup si aggiudicano un investimento complessivo di un milione di euro da parte di B Heroes e B Holding, in collaborazione con Intesa Sanpaolo e Innovation Center. Accederanno ai programmi di investimento Barberino's (Milano), Gioielleria Italiana (Savona), Meeters (Verona), Contents.com (Milano) e Prometheus (Modena).

Ascom Il ceo Sfulcini è intervenuto all'evento nazionale Share It Innovazione, De Simoni diventa «case history»

9

Case history
di successo al centro dell'edizione 2021 di Share It.

» La pandemia ha messo in ginocchio interi settori produttivi, annientando metodi che apparivano consolidati e rivoluzionando completamente il modo di fare impresa. Ripartire si può e si deve, anche a costo di «reinventarsi». Un concetto che è esempio e stimolo per i giovani imprenditori, quello sviluppato nell'ambito dell'evento Share It di Confcommercio. Nove le case history di successo al centro di questa edizione 2021, che si è svolta in modalità digitale. Fra i progetti selezionati c'era «Digital Sustainability» realizzato da De Simoni Parma, azienda specializzata nella produzione di contenuti multimediali per eventi.

«La crisi ha avuto un impatto devastante sul nostro settore, bloccando di fatto tutte le manifestazioni», ha spiegato Luca Sfulcini, ceo di De Simoni e consigliere del Gruppo Giovani Imprenditori di Ascom Parma. «Ci siamo dovuti fermare. Ma quella è stata l'occasione per ripensare alla nostra attività ed al futuro, partendo da una prospettiva diversa. Con Digital Sustainability non volevamo suggerire ai clienti una semplice misura tampone, bensì evidenziare come il digitale, applicato ad eventi di tipo culturale, potesse garantire determinati criteri di sosten-



nibilità: ambientali, in quanto non ci si sposta fisicamente; economici, nella misura in cui riduce i costi per le aziende che organizzano queste rassegne; infine sociali, perché più inclusivi ed in grado di ampliare la possibilità di partecipazione». Secondo Sfulcini, «la tecnologia permette oggi alla cultura di avere un nuovo linguaggio e di essere più fruibile rispetto al passato. Può dare slancio al brand, insomma, a patto che la si utilizzi nella maniera corretta».

Fare network, un altro prezioso insegnamento. «La strada del successo passa certamente anche dalla capacità di stringere nuove collaborazioni - ribadisce Sfulcini -. Un po' come abbiamo fatto noi con il Labirinto della Masone, una vera eccellenza culturale».

«Attraverso questi esempi reali, ma straordinari nella loro normalità, il nostro intento è creare spunti di riflessione», ha affermato il presidente del Gruppo Giovani Imprenditori di Confcommercio Andrea Colzani. «La cultura - ha aggiunto - sta diventando una porta d'ingresso per le imprese. E l'avventura imprenditoriale di Sfulcini e dell'azienda De Simoni lo dimostra».

Insieme a Sfulcini, in collegamento dal Labirinto della Masone, c'era Giordano Manfredi, presidente del Gruppo Giovani di Ascom Parma: «Uno dei nostri obiettivi è favorire la formazione e la cultura d'impresa - ha detto -. Ci riempie d'orgoglio il fatto che il percorso e l'esperienza di Luca Sfulcini siano stati giudicati un esempio».

Vittorio Rotolo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Salumi Fatturato -3,3%, bene i prodotti preaffettati

» Si sono fatti sentire gli effetti del Covid sul settore delle carni e dei salumi nel 2020. A calare è il fatturato, del 3,3%, totalizzando 8.237 milioni di euro, mentre la produzione di salumi scende del 7,1%, attestandosi a 1.093 milioni di tonnellate, come anche per il valore alla produzione sceso del 3,6% pari a 7.927 milioni di euro. In flessione del 7,2% anche le esportazioni ma solo in volume (170.137 tonnellate), con una crescita a valore del 2,5%.

Sono i dati resi noti da Assica, l'Associazione industriale delle carni e dei salumi nell'assemblea annuale, dove è stato presentato il progetto «Trust Your Taste» per migliorare il grado di conoscenza e consumo consapevole dei prodotti agricoli. Ue attraverso la promozione della cultura produttiva della carne suina e dei salumi.

Quanto alla classifica dei singoli prodotti sul fronte dei consumi interni, il primo posto spetta sempre al prosciutto cotto con una quota del 27,2% del totale dei salumi, seguito dal crudo con il 21,8%, da mortadella e wurstel scesi al 19%, il salame all'8,1% e la bresaola al 2,5%. Chiudono gli altri salumi al 21,3%.

«Il risultato delle esportazioni rispecchia le dinamiche generate dalla pandemia - ha detto il direttore di Assica, Davide Calderone - sul fronte volumi, la chiusura dell'Horeca e l'adozione di provvedimenti restrittivi per contenere la diffusione del virus in molti mercati chiave per le nostre esportazioni, ha avuto come effetto principale quello di indurre una flessione, in alcuni trimestri anche grave, della domanda di salumi».

Cresce la domanda di prodotti a maggiore valore aggiunto, soprattutto vaschette. E l'emergenza Covid ha inciso sui costi.

Cisita Parma «Ragionare da startup»: nuovo corso in luglio

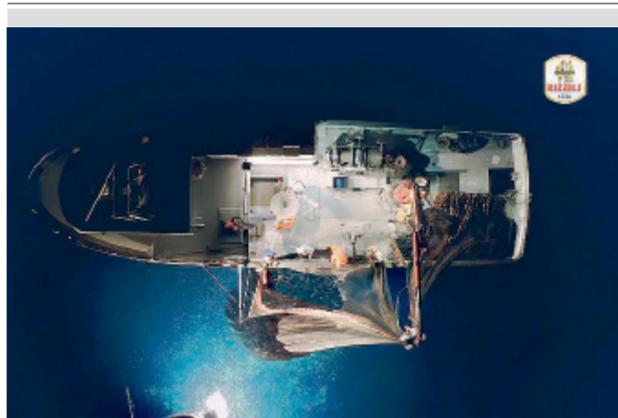


» L'evoluzione frenetica dei mercati e l'avvento irrompente delle tecnologie digitali obbligano le aziende ad iniziare a mettere in discussione i propri modelli di business e ad avviarne di nuovi, rimanendo in linea con il proprio Dna. Tale scenario lascia spazio anche all'avvio di nuove aziende (startup innovative) che però in gran parte falliscono dopo soli pochi anni di vita. In questo quadro Cisita Parma propone per luglio un corso per rendere i partecipanti consapevoli del processo che porta dall'ideazione alla realizzazione di nuovi business model di successo, acquisendo nozioni sulle principali tecniche di Business Analysis a supporto della realizzazione di studi di fattibilità completi e coerenti, al fine di ideare, progettare e condurre iniziative innovative di successo. Un ulteriore obiettivo è permettere di confrontarsi, scambiare idee e di lavorare insieme in una giornata di apprendimento piacevole e stimolante. La Swot analisi è un potente strumento di analisi del contesto aziendale. Il corso è pensato per business innovation manager, titolari di Pmi, dirigenti dei settori marketing e R&D, oltre a persone che vogliono avviare nuove iniziative di business innovative. Fra le tematiche: le fasi dall'idea al progetto realizzativo; l'importanza degli stakeholder nelle iniziative di startup; esempi di pitch di startup di successo. Per informazioni e per conoscere il calendario e le modalità di partecipazione: Lucia Tancredi, tancredi@cisita.parma.it, telefono: 0521.226510.

» L'evoluzione frenetica dei mercati e l'avvento irrompente delle tecnologie digitali obbligano le aziende ad iniziare a mettere in discussione i propri modelli di business e ad avviarne di nuovi, rimanendo in linea con il proprio Dna. Tale scenario lascia spazio anche all'avvio di nuove aziende (startup innovative) che però in gran parte falliscono dopo soli pochi anni di vita. In questo quadro Cisita Parma propone per luglio un corso per rendere i partecipanti consapevoli del processo che porta dall'ideazione alla realizzazione di nuovi business model di successo, acquisendo nozioni sulle principali tecniche di Business Analysis a supporto della realizzazione di studi di fattibilità completi e coerenti, al fine di ideare, progettare e condurre iniziative innovative di successo. Un ulteriore obiettivo è permettere di confrontarsi, scambiare idee e di lavorare insieme in una giornata di apprendimento piacevole e stimolante. La Swot analisi è un potente strumento di analisi del contesto aziendale. Il corso è pensato per business innovation manager, titolari di Pmi, dirigenti dei settori marketing e R&D, oltre a persone che vogliono avviare nuove iniziative di business innovative. Fra le tematiche: le fasi dall'idea al progetto realizzativo; l'importanza degli stakeholder nelle iniziative di startup; esempi di pitch di startup di successo. Per informazioni e per conoscere il calendario e le modalità di partecipazione: Lucia Tancredi, tancredi@cisita.parma.it, telefono: 0521.226510.

Rizzoli Emanuelli Spot emozionale in 800 cinema

» Da ieri, per due settimane, le alici Rizzoli Emanuelli sono protagoniste della nuova campagna pubblicitaria in più di 800 cinema UCI-The Space, con uno spot di 30 secondi, realizzato dall'agenzia Lampi. Un video emozionale che parte dal mare per mostrare, nel dettaglio, la pesca che Rizzoli effettua solo in primavera.



Con Crédit Agricole accetti pagamenti ovunque e con un link



Con il Mobile POS, Pay-by-Link è incluso, per vendere anche a distanza e incassare con un semplice link, via SMS, chat o e-mail.

Scopri maggiori dettagli in Filiale o sul sito credit-agricole.it

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Mobile POS è un prodotto di Nexi S.p.A. distribuito dalle filiali del Gruppo bancario Crédit Agricole Italia. Offerta riservata ai nuovi convenzionamenti fino al 31.12.2021. Info e condizioni su nexi.it o su credit-agricole.it. La Banca si riserva di verificare la sussistenza dei requisiti necessari per l'attivazione dei prodotti oggetto dell'offerta. Il Mobile POS funziona con la connettività dello smartphone a cui è abbinato.

CRÉDIT AGRICOLE

nexi
every day, every pay