

**SPREAD**
BTP ITALIA / BUND 10 ANNI
160 punti base**CHI SALE**
LICENZIAMENTI DISCIPLINARI
+27% nei primi 11 mesi 2016**CHI SCENDE**
SAFILO -15%
voci su ingresso Lvmh in Marcolin**CRÉDIT AGRICOLE**
CARIPARMA**CAMERA DI COMMERCIO** COMITATO PROMOZIONE IMPRENDITORIA FEMMINILE

Alternanza scuola-lavoro, imprenditrici in prima linea

La presidente Morini: trasferiamo la nostra esperienza agli studenti

Vittorio Rotolo

Avvicinare gli studenti al mondo del lavoro: una necessità oggi più che mai improcrastinabile, con i giovani chiamati ad accrescere le proprie competenze, in termini di innovazione e capacità di sviluppare nuove abilità in contesti assai stimolanti.

È l'opportunità delineata dal percorso di alternanza scuola-lavoro, che la recente riforma del sistema scolastico ha reso obbligatorio per tutti gli alunni dell'ultimo triennio degli istituti superiori: 400 le ore di formazione previste, all'interno delle aziende, per i ragazzi che frequentano le scuole ad indirizzo tecnico e professionale, 200 invece per quelli dei licei.

Un tour nelle scuole Favorire la realizzazione dei progetti di alternanza scuola-lavoro, nel nostro territorio, è uno degli obiettivi del Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile, costituito all'interno della Camera di Commercio. Dall'Isiss Giordani di Parma è così partito questa sorta di «tour» all'interno delle scuole, che vedrà le rappresentanti del Comitato fornire ai ragazzi gli strumenti di base necessari ad abbracciare con successo la nuova

**Tour nelle scuole** L'incontro all'Isiss Giordani.

esperienza formativa. Un centinaio gli alunni delle classi terze del Giordani che, suddivisi in gruppi, sono stati chiamati ad elaborare un curriculum vitae ed una lettera di presentazione, primo passo per l'inserimento occupazionale.

«A ciascun gruppo - spiega Sara Morini, presidente del Comitato - abbiamo assegnato un profilo

professionale di riferimento: segretaria d'azienda, responsabile magazzino, addetto alle vendite. Ai ragazzi toccava il compito di «costruire» il curriculum. E visto che la traccia identificava un candidato immaginario al suo primo impiego, bisognava puntare essenzialmente sulle competenze acquisite nell'ambito del percorso di studi e sulle attitudini. Non era un compito semplice: per questi giovani, il

curriculum rappresenta ancora una dimensione inesplorata. Ma devo dire che la risposta è stata soddisfacente».

Altro argomento affrontato, il social network. «In questo caso - prosegue la Morini - abbiamo cercato di indirizzare gli studenti verso un uso consapevole di tali strumenti. Bisogna prestare molta attenzione ai post diffusi sui social: nelle fasi di selezione, può capitare infatti che le aziende vadano a curiosare sui profili personali dei candidati, proprio per conoscerli meglio, al di là del curriculum presentato. Vogliamo continuare a mettere la nostra esperienza al servizio delle scuole per sviluppare, insieme ai docenti, percorsi formativi calibrati in base alle competenze didattiche che sono state acquisite dagli alunni».

«Grazie alla collaborazione dell'Unione Parmense degli Industriali e delle altre associazioni di categoria - conclude la Morini - stiamo cercando di sensibilizzare anche le aziende, che possono dare la propria disponibilità iscrivendosi all'apposito registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro, attivo sul portale della Camera di Commercio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

EXPORT AL SIRHA LA PRIMA COLLETTIVA DEL 2017

Parma Alimentare a Lione punta sul pianeta ho.re.ca

Parma Alimentare sceglie Lione per la prima uscita dell'anno. Dal 21 al 25 gennaio la città francese ospita Sirha - World Hospitality & Food Service Event: forte dei 189.000 visitatori professionali dell'ultima edizione e di 3.045 espositori internazionali, in rappresentanza di 11 differenti settori, il Sirha si conferma il più importante salone europeo dedicato alla ristorazione e alla hotellerie e uno dei più importanti appuntamenti ho.re.ca. a livello mondiale. Parma Alimentare accompagna in Francia sei aziende del territorio: Coppini Arte Olearia, Devodier Prosciutti, Fratelli Galloni, Nuova Boschi, Rodolfi Mansueto e Veroni Prosciutti.

«Nel 2017 puntiamo a dare continuità alla crescita dell'export alimentare parmense, che nei primi nove mesi del 2016 ha fatto registrare un +2,3% - spiega Alessandra

**Parma Alimentare** Collettiva a una passata edizione.

Foppiano, executive manager di Parma Alimentare. «Se consideriamo gli ultimi 10 anni, è passato da un fatturato di 765 milioni di euro (2005) a un fatturato di 1,5 miliardi di euro (2015). La mission di Parma Alimentare è quella di facilitare la creazione di nuove alleanze di business, coinvolgendo attivamente anche quegli attori medio-piccoli

che incontrano più difficoltà nel misurarsi con i mercati esteri: proprio le esportazioni rappresentano il principale motore di crescita del settore. Nel decennio considerato la quota di fatturato estero è passata dal 12 al 19%».

La presenza a Lione ha solide motivazioni. «Il Sirha abbina a una forte connotazione di eccellenza

una spiccata identità ho.re.ca - continua Foppiano - Si tratta di professionisti alla continua ricerca di produzioni di qualità: un pubblico per cui il cibo è sinonimo di identità culturale e al fascino del brand Parma, che beneficia anche dell'investitura da parte di Unesco a Città Creativa della Gastronomia. Inoltre Sirha l'innovazione è protagonista: sono 750 le novità in vetrina che concorreranno all'assegnazione dei Grands Prix Sirha Innovation. Per un imprenditore parmense significa quindi avere l'opportunità di cogliere le tendenze del mondo ho.re.ca. Anche l'elemento geografico ha una sua importanza: nel 2016 la Francia si è confermata primo mercato export per l'industria food & beverage parmense, con una quota del 19,8%, per un valore (riferito ai primi nove mesi) di 225 milioni di euro».

il calendario di fiere programmato da Parma Alimentare per questo 2017 preveda, a giugno, la partecipazione al Summer Fancy Food Show di New York. Altro appuntamento imperdibile sarà quello con l'Anuga di Colonia, previsto a ottobre. A Lione lo spazio di Parma Alimentare ospita una delegazione di Parma Quality Restaurants. ♦ r.eco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

InBreve

DISTRATTI 300 MILIONI Mercatone Uno inchiesta e sequestri per bancarotta

La Guardia di Finanza di Bologna ha aperto un'indagine sul Mercatone Uno per bancarotta fraudolenta. Le Fiamme Gialle hanno eseguito perquisizioni nei confronti di dieci indagati, tutti ex soci e amministratori del gruppo, che avrebbero, come ha spiegato il procuratore di Bologna Giuseppe Amato, «di fatto spogliato» il patrimonio della società per un totale di 300 milioni.

NEL 2017 Credem: nel 2017 20 nuovi private banker

Reclutare 20 nuovi private banker ed acquisire 2.300 nuovi clienti, sono questi gli obiettivi per la fine del 2017 della divisione private banking Credem. Nel corso del 2016, inoltre, è stata completata l'implementazione del nuovo modello di business con l'allestimento di 35 nuovi centri private all'interno delle principali filiali Credem presenti sul territorio nazionale. A fine settembre 2016 la divisione private banking Credem registra un patrimonio di 16,2 miliardi (+6% a/a) di cui il 55% di componente gestita (+11% sull'anno precedente) e 40 mila clienti (+5% sull'anno precedente).

CLIMATE-KIC-ASTER Summer school: aperte le iscrizioni sulla sostenibilità

Un percorso di formazione per imparare a elaborare progetti d'impresa innovativi, sostenibili e che siano una risposta agli effetti dei cambiamenti climatici. È la finalità del «Journey 2017, la summer school promossa da Climate-KIC, comunità europea dell'innovazione di cui è partner Aster, società della Regione Emilia-Romagna per l'innovazione e la ricerca industriale. Entro il 15 febbraio studenti universitari e professionisti potranno candidarsi a partecipare seguendo le indicazioni riportate sul sito dedicato <https://journey.climate-kic.org>. L'edizione 2017 del Journey prevede due differenti percorsi. Al primo di 5 settimane possono partecipare solo i residenti nell'Ue, scegliendo tra due diversi periodi (2 luglio - 5 agosto oppure 30 luglio - 2 settembre). È previsto inoltre un programma della durata di 3 settimane (dal 1 al 22 luglio) aperto anche a coloro che sono residenti in Paesi extra Ue.

GRUPPO IMPRESE BILANCIO

«Incontriamoci»: quando le relazioni danno buoni frutti

«Incontriamoci», ovvero: quando le relazioni sono il miglior investimento possibile. Dopo la fase di reciproca presentazione, dopo una sessione più concreta di conoscenza e scambio di vedute, ecco il momento di condividere i risultati. «Incontriamoci» è l'invito che il Gruppo Imprese Artigiane, in collaborazione con Cislita e Banco Bpm, aveva coniato in autunno per la sua nuova piattaforma di confronto tra i propri associati, sorta di «format» sperimentale volto a favorire contatti il più possibile efficaci tra aziende del medesimo settore (alimentare, moda, edilizia e meccanica).

All'Antica Tenuta Santa Teresa, si è tenuta la «terza fase», quella di un primo bilancio dell'iniziativa. Ebbene, da un parco partecipanti di 47 aziende e una mole di 196 incontri «one to one» tra imprenditori, le opportunità generate - come illustrato dalla coordinatrice del progetto Laura D'Aloia - sono

state complessivamente 281. Opportunità intese sia in senso economico-commerciale, sia in chiave più gestionale. «La formula studiata dal Gruppo Imprese - sostiene Massimiliano Verde, consulente in direzione aziendale e moderatore di ciascun incontro - si è rivelata vincente sotto ogni punto di vista. In particolare, dalle relazioni tra le imprese sono emerse esigenze comuni quali una maggiore comprensione delle aspettative del cliente, una più spinta innovazione su prodotti e servizi, inoltre una miglior comunicazione della propria offerta». Significativa la testimonianza di Caserterre, azienda di macchinari per la produzione e il taglio dei formaggi: «Iniziativa lodevole - commenta il titolare Pietro Bartoli - grazie alla quale ho raccolto suggerimenti preziosi e soprattutto conosciuto potenziali fornitori che appartengono al mio stesso territorio». ♦ r.eco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BANCHE 25 MILIONI DI POTENZIALI CLIENTI

Intesa Sanpaolo sbarca in tabaccheria

«Nasce la prima banca di prossimità in Europa, con l'obiettivo di arrivare al cliente, il più vicino possibile, non con uno smartphone ma con una persona, il tabaccaio». Così il responsabile della divisione banca dei territori di Intesa Sanpaolo, Stefano Barrese, lanciando Banca 5, che rappresenta un progetto che parte dall'evoluzione di Banca Itb, la banca dei tabaccai, dopo l'acquisizione di Intesa, che oggi ha il 100% della società. Conto corrente, carta di credito, assicurazioni (come Rc auto), prestiti, servizi rientrano nel pacchetto, una vera e propria «smartbox» acquistabile direttamente in tabaccheria. Le tabaccherie dell'Emilia Romagna presso le quali si può operare con Banca ITB sono 1.795.

Complessivamente, sul territorio nazionale, Intesa punta a raggiungere i circa 25 milioni di clienti delle oltre 22 mila tabaccherie già affiliate a Banca Itb. «Non solo

pagamenti, ma anche prestiti bancari, vendita di carte e assicurazioni per i tabaccai stessi e per i cittadini. Insomma un'offerta bancaria semplice ma completa» spiega Barrese.

I punti di contatto della banca sul territorio potranno così lievitare a «34-35 mila punti», aggiungendo le tabaccherie ai punti Atm e alle filiali. Per Intesa ci saranno vantaggi per tutti: «per il cliente» che per alcune pratiche potrà andare direttamente in tabaccheria, sfruttando la vicinanza, la velocità, la flessibilità degli orari; e per il tabaccaio stesso, che dotandosi del terminale «avrà subito in tasca 200 euro al mese, potendo arrivare fino a 1.500 euro di ricavi aggiuntivi». Inoltre le tabaccherie, evidenzia sempre Barrese, potranno anche diventare «una vetrina» per le nuove attività di intermediazione immobiliare della banca. ♦ r.eco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il futuro parte da Parma. Essere vicini è guardare oltre i confini

Entra in Cariparma, scopri Crédit Agricole.

CRÉDIT AGRICOLE
CARIPARMAwww.credit-agricole.it