

SPREAD
BTP ITALIA / BUND 10 ANNI
155 punti base

CHI SALE
BORSA all'esordio corre
la spac Sprintitaly di Braggiotti



CHI SCENDE
ACRI: 2016, in calo patrimonio
e utili delle Fondazioni

**CRÉDIT AGRICOLE
CARIPARMA**

Intervista: il presidente del gruppo Paolo Ghirelli

Bonatti, il 90% dei ricavi all'estero. In Egitto una maxi-commessa

Ricavi a 800 milioni, l'utile triplica e il portafoglio ordini sale a 1,4 miliardi. La tecnologia è protagonista

Il 2016 è stato un anno di consolidamento per l'impresa Bonatti che porta in tutto il mondo il meglio della tecnologia come general contractor al servizio dell'industria dell'oil, gas and power. A tracciare bilancio e prospettive è il presidente del gruppo Paolo Ghirelli.

Che anno è stato il 2016?

Sebbene i ricavi, a quota 800 milioni non siano cresciuti, abbiamo incrementato la redditività. L'Ebitda ha raggiunto i 105,7 milioni, in crescita del 17,2% sul 2015, mentre l'Ebit si è attestato a quota 69,7 milioni, in rialzo del 50,2%. È salito anche l'utile netto, a 24,2 milioni, contro gli 8,9 dell'esercizio precedente. Migliora la posizione finanziaria netta e soprattutto il portafoglio lavori, a quota 1,4 miliardi, è ormai costituito quasi esclusivamente da ordini in Paesi esteri, che coprono circa il 90% del nostro giro di affari. Possiamo, quindi, parlare di un'azienda in buona salute focalizzata sui mercati internazionali.

In particolare assumete un ruolo

I mercati

«Algeria, Messico, Kazakhstan, ma anche Romania Iraq e Mozambico»

lo chiave nell'area onshore...

La notizia più recente è che la nostra controllata Carlo Gavazzi Egitto ha ricevuto dall'americana Bechtel - una delle più grandi società di ingegneria e costruzioni al mondo - l'incarico per l'esecuzione di attività elettro-strumentali che si inquadrano nel progetto West Nile Delta, guidato da BP dedicato allo sfruttamento delle riserve di gas naturale che si trovano a nord della costa egiziana di fronte al delta del Nilo. L'investimento complessivo è di 12 miliardi di dollari che porterà a una produzione di picco di 1,2

miliardi di metri cubi di gas al giorno - pari a un quarto della attuale produzione di gas egiziana. Carlo Gavazzi Egitto avrà un ruolo chiave nell'area onshore del progetto con l'approvvigionamento dei materiali e delle attrezzature necessarie e con l'esecuzione dei lavori relativi alle installazioni elettriche, strumentali, di telecomunicazione, al tiraggio di cavi e ai sistemi antincendio. La nostra controllata è attiva nel Paese dagli anni 90 e può contare su personale al 99% egiziano altamente specializzato.

Come prosegue la strategia di diversificazione del gruppo?

Siamo sempre più concentrati sul settore dell'oil & gas e dell'energia. Qui siamo attivi nella realizzazione di impianti upstream, dove andiamo dall'esecuzione di progetti chiavi in mano alla sola costruzione, che eseguiamo di norma con nostro personale e che per il nostro settore implica la capacità di mobilitare ingenti risorse di uomini e mezzi in aree estreme. Sempre sugli impianti oil, gas e power ci confermiamo come attore di pri-



Bonatti Un'immagine del sistema di saldatura automatica. A fianco il presidente Paolo Ghirelli.



mo piano per l'operation & maintenance e siamo in crescita nell'attività di realizzazione di pipeline, che vale ormai il 50% del nostro business. Stiamo poi spingendo particolarmente sui servizi ai pozzi petroliferi dove, con particolari applicazioni tecnologiche, supportiamo le oil company nostre clienti direttamente sulla produzione di idrocarburi. Proprio l'innovazione tecnologica sta rivestendo in ogni nostra area di business un'importanza sempre maggiore.

Quali sono i progetti più significativi in cantiere?

Al momento siamo impegnati su più fronti. In Messico, nell'area centrale del Paese, su un blocco di 4 progetti tra loro interconnessi. Intorno al baricentro rappresentato dall'area logistica di Queretaro, gravitano la costruzione di nuove pipeline per 760 km complessivi con vari diametri e il progetto chia-

vi in mano della stazione di compressione di Cañada Rica, sempre nei pressi della città di Tuxpan. In Algeria, invece, siamo impegnati su più aree strategiche. Tra i vari progetti in corso stiamo ormai terminando la costruzione del nuovo impianto di separazione e compressione nell'area di Alrar per Sonatrach. L'avanzamento dei lavori è oltre il 90% e l'ormai prossima conclusione rappresenta il coronamento di una sfida che ha comportato il superamento di difficoltà di tipo logistico (zona desertica altamente remota), gestionale (il cantiere ha coinvolto oltre 2.500 persone) e tecnico (dagli scavi in roccia fino all'installazione di un mega impianto che include ben 8 compressori). Ultimo ma non meno importante è l'impegno sul gasdotto transadriatico Tap, in Grecia. Per noi significa la posa di tubi da 48 pollici su un tracciato di 365 km attraverso ogni tipo di morfologia di terreno. Qui,

in particolare, l'alto livello di avanguardia tecnologica che abbiamo raggiunto in materia di saldatura ci potrà consentire performance di rilievo con elevata produttività.

Su quali mercati puntate?

Oltre al consolidamento in Paesi come Algeria e Messico e in Kazakhstan, stiamo proseguendo il nostro percorso in Paesi come Iraq e Romania, e abbiamo avviato le operazioni commerciali in Canada e negli Stati Uniti con la creazione di società locali. Guardiamo anche con interesse a Paesi in via di sviluppo, come il Mozambico, dove siamo presenti dal 2013.

Quali scenari per la Libia?

Il Paese dovrà ricostruire le sue infrastrutture, ma prima dovrà raggiungere la stabilità politica. Ci auguriamo che questo avvenga al più presto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

InBreve

CNA

«Cambiamenti» premio alle start-up

■ Sono ufficialmente aperte le iscrizioni a «Cambiamenti», premio al pensiero innovativo delle neo imprese italiane indetto dalla Cna, che verrà assegnato il 30 novembre a Roma. Al premio possono partecipare tutte le imprese costituite dal 1 gennaio 2014, anche se non associate a Cna. Per maggiori informazioni sulle modalità di partecipazione, le start-up possono scrivere a eventi@cnaparma.it o contattare il numero 0521-227211.

EMILIA ROMAGNA IN TESTA Unicredit, focus sul turismo

■ Il turismo continua ad essere un driver decisivo per il nostro Paese. E in questo contesto l'Emilia Romagna con oltre 36,5 milioni di presenze, è la quarta regione più turistica d'Italia. A confermare questi dati è il Rapporto sul Turismo 2017, curato da Unicredit in collaborazione con Touring Club Italiano, nel quale vengono analizzati i dati e le tendenze del settore turistico sia nel mondo che nel nostro Paese, con un'attenzione particolare alle diverse performance regionali. (<https://www.unicredit.it/content/dam/ucpubl/it/chi-siamo/documenti/noieimpres/UC-TCI-2017-low.pdf>).

LOGISTICA INAUGURATO IERI A ISOLA RIZZA, NEL VERONESE



Number1, nuovo hub nel Nordest

■ Ieri è stato inaugurato il primo Hub di Number1 Logistics Group del Nordest a Isola Rizza nel Veronese: un nuovo insediamento ad uso logistico di 30 mila mq costruito secondo le moderne normative edificatorie, in regime di risparmio energetico, eco compatibile e con attenzione all'utilizzo di energie rinnovabili. L'edificio, iniziato nel gennaio di quest'anno è stato terminato in tempi brevissimi. Nel progetto si prevede anche la realizzazione di parcheggi, di aree verdi e di una colonnina di approvvigionamento di energia elettrica per le vetture private e per i futuri mezzi di trasporto aziendali che saranno ad energia rinnovabile. Grazie alla superficie complessiva di 30 mila mq, questo nuovo insediamento - ora di 22mila mq al quale si aggiungeranno con la fine dell'anno gli ultimi 8 mila - si sviluppa su un territorio di 70mila mq, con 26mila mq adibiti a parcheggio e mille a uffici. Potrà consentire a pieno regime lo stoccaggio di oltre 60 mila posti pallet confermandone l'importanza strategica per l'attività di Number1 nel Nordest e nel panorama nazionale: assieme a quello di Bari, con questo nuovo Hub, Number1 raggiunge infatti i 450mila mq di magazzini coperti e nell'insieme offrirà al territorio opportunità di posti lavoro per circa un centinaio di persone.

COMITATO IMPRENDITORIA FEMMINILE PRIMO TRIMESTRE

Parma, le nuove imprese guidate da donne sono 161

Servizi alla persona, ma anche start-up ad alto contenuto tecnologico

Vittorio Rotolo

■ Tra il 2007 ed il 2016, tanto nel campo della libera professione quanto nell'imprenditoria, il nostro Paese ha fatto registrare un significativo aumento della componente femminile: le donne occupate sono infatti cresciute di 71.000 unità. È quanto emerge da uno studio di Censis e Confcooperative sulle imprese rosa che hanno beneficiato degli incentivi di Invitalia. Un quadro che ha favorito lo sviluppo di idee innovative, in particolare start-up specializzate nella produzione di software, nella consulenza informa-

tica, in ricerca e sviluppo. In virtù di specifiche misure di finanziamento a fondo perduto, l'imprenditoria femminile ha trovato una maggiore spinta al Sud. Anche nel nostro territorio si registrano segnali di crescita: 161 sono infatti le nuove imprese guidate da donne, avviate a Parma ed in provincia nel primo trimestre del 2017, a fronte di zero cessazioni.

«Parliamo di imprenditrici e libere professioniste volitive ed intraprendenti, che hanno acquisito competenze e dotate della capacità di sviluppare idee altamente innovative. Donne che possono essere artefici di un cambiamento, per la nostra nazione» afferma Sara Morini, presidente del Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile, costituito all'interno della Camera di Commercio di Parma. Ed aggiunge: «Se l'Italia risulta in generale an-

Camera di commercio

8.376 attività «rosa»

In provincia di Parma, nei primi tre mesi del 2017, le imprese femminili attive registrate presso la Camera di Commercio risultavano 8.376, pari al 20,5% di quelle totali (40.856). 161 le nuove iscrizioni e zero le cessazioni, che determinano un saldo positivo (+1,9%). Tra i settori prevalenti spiccano quelli del commercio e dei servizi, rivolti alla persona ma anche ad alto contenuto tecnologico. Complessivamente nel primo trimestre, si contavano in Italia 918 start up innovative a prevalenza femminile su un totale di 6.880, pari al 13,3%. **V.R.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

AGENZIA TRAGUARDO IMPORTANTE PER LA SOCIETA'. «PRONTI A COGLIERE I CAMBIAMENTI»

Mora, 35 anni di pubblicità a 360 gradi

Antonella Del Gesso

■ «Dopo 35 anni, perdersi è il primo passo per ritrovarsi». Ha scelto questo motto l'agenzia di comunicazione e promozione Mora Pubblicità per festeggiare la propria attività, nata nel 1982, grazie all'intuizione di Augusto Mora.

E come location per accogliere i propri familiari, clienti e amici, non poteva che prediligere il Labirinto della Masone, che simbolicamente interpreta la via

che ogni uomo o azienda intraprende nell'arco della propria esistenza. «Nuovi orizzonti, scenari alternativi, non si raggiungono camminando sulla strada di sempre. Il coraggio di deviare rispetto a un percorso conosciuto può portare a superare i propri limiti. La vita comporta scelte ed esitazioni dettate dalle circostanze, da certi incontri. E a volte, quando ti perdi, ritrovi quello che non sapevi nemmeno di cercare», dice Germano Mora, titolare dell'agenzia insieme alla

1982

ANNO DI FONDAZIONE

della società che ha celebrato così i suoi primi 35 anni di attività. La prima sede era in Borgo Riccio, oggi è in via Emilia Ovest.



Labirinto Da sinistra Augusto Mora, Germano Mora e la moglie Antonella.

moglie e socia Antonella. La storia di Mora Pubblicità è quella di una impresa familiare che, forte dei valori dettati dal dovere, dalla volontà di costruire un futuro e dal senso di responsabilità, ha realizzato un'azienda sana e affermata. Complice la capacità di cogliere gli stimoli del cambiamento e la creatività.

«Mio padre Augusto, un pilastro attivo dell'agenzia fino allo scorso anno, quando ha deciso di fare il nonno a tempo pieno, ha sempre creduto che mente aperta e formazione continua fossero ingredienti vincenti nel nostro mestiere», racconta Germano. L'esperienza poi, in settori trasversali, ha fatto il resto, così da consentire oggi la realizzazione di campagne pubbli-

citare above e below the line. «Non realizziamo pubblicità per stupire ma per far vendere». Mora Pubblicità opera a 360° in tutti gli ambiti di comunicazione e marketing, dalla consulenza al movie, dal folder al catalogo, allo stand, dal web ai social e a tutto quanto fa promozione: merchandising, operazioni, concorsi e cataloghi a premi, prodotti promozionali.

Le pubbliche relazioni sono affidate alla sorella Laura, attraverso una spin off di Mora Pubblicità. Dal branding al problem solving, la società opera su tutta l'Emilia, con referenze da Milano a Firenze, dal Veneto alla Sicilia, dalla Germania, alla Svizzera e alla Russia. ◆

© RIPRODUZIONE RISERVATA