



UNIONCAMERE EMILIA ROMAGNA

Porte aperte in Colombia

■ Più dell'80% delle imprese partecipanti ha allacciato contatti, relazioni e avviato trattative con aziende della Colombia. E' uno primo risultati del progetto di Unioncamere Emilia Romagna in collaborazione con il Sistema camerale regionale e il cofinanziamento dalla Regione, che ha aperto le porte del paese sudamericano a 12 realtà produttive della trasformazione agroalimentare, tra cui la Tropical Food Machinery di Busseto.



CREDEM CON AVVERA

Ingresso nel Gruppo Santamaria

■ Proprio nei giorni scorsi si è perfezionata l'acquisizione del 10% del capitale di Gruppo Santamaria da parte di Avvera, neo società di credito al consumo del gruppo Credem. Gruppo Santamaria punta all'innovazione, al multiprodotto, affiancando Avvera, che si pone come azienda specializzata nel credito alle famiglie e punta ad arrivare nel 2022 a 1,5 miliardi di impieghi tra mutui casa, prestiti, cessione del quinto e credito finalizzato.

Chiesi Il packaging «insegna» come usare i farmaci

Supporto ai pazienti nell'ambito delle malattie respiratorie. Ora c'è il Qr code

■ «Confezioni intelligenti» per dare risposte rapide ai dubbi dei pazienti affetti da patologie respiratorie, alle prese con terapie che, per essere efficaci, necessitano di un corretto utilizzo di farmaci e dispositivi di somministrazione. È questo l'obiettivo di «QR4Patients», il progetto lanciato da Chiesi Italia, la filiale italiana del Gruppo Chiesi, che ha rinnovato il packaging di alcuni prodotti dell'area respiratoria con l'inserimento di un QR code, il «codice a puntini» che rimanda a video-tutorial delle istruzioni d'uso presenti nel foglietto a beneficio del paziente. I video, grazie alla forza esplicativa delle immagini, illustrano in modo chiaro ed inequivocabile passaggi complessi da spiegare a parole, rappresentando un valido strumento a supporto della corretta assunzione della terapia inalatoria.

«QR4Patients» sfrutta l'ampia penetrazione dei dispositivi di ultima generazione - 8 italiani su 10 hanno in tasca un dispositivo mobile. Basta scansionare il codice posto

sull'astuccio del medicinale per essere indirizzati a video-tutorial online che esemplificano le istruzioni d'uso contenute nel foglio illustrativo attualmente autorizzato. Il progetto di Chiesi Italia punta a semplificare la comunicazione al paziente, rendendo accessibili ed estremamente fruibili le informazioni sulle quantità e modalità di assunzione della terapia.

«Abbiamo pensato di sfruttare le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie e dal digitale per mettere a disposizione dei pazienti un'informazione chiara e comprensibile sull'utilizzo di alcuni farmaci e device in ambito respiratorio» spiega Raffaello Innocenti, direttore generale di Chiesi Italia. «Questo progetto è frutto del processo di digital transformation, iniziato nel 2015, che ha attivato un profondo cambiamento del mindset aziendale nell'approccio all'innovazione - conclude Lucia Quagliano, responsabile Hr di Chiesi Italia. Il coinvolgimento delle persone Chiesi in workshop di formazione periodici dedicati al digitale e la collaborazione continua con aziende e professionisti del settore digital, permettono di maturare una visione strategica volta a fare innovazione oltre il prodotto».

r.eco.



CARTA DEL MULINO
La campagna realizzata da Inc per il Gruppo Barilla

Barilla Carta del Mulino: a Inc due premi Assorel

■ «Carta del Mulino», la campagna realizzata da Inc per Mulino Bianco, il celebre brand del Gruppo Barilla ha ricevuto due riconoscimenti nell'ambito del Premio Assorel. In particolare, il Premio Comunicazione Corporate & Reputation e il Miglior uso di TV, Radio e internet per la categoria Media Relations.

«Siamo felici e orgogliosi di questo riconoscimento, che condividiamo con tutto il team Barilla e Mulino Bianco - dice Pasquale De Palma ceo di Inc - e che arriva alla fine di un anno ricco di soddisfazioni per la nostra agenzia. Per il lancio della Carta del Mulino - continua De Palma - abbiamo scelto insieme a Mulino Bianco una strategia di comunicazione che ci ha permesso di raccontare in anteprima ai media e agli influencer un progetto di grande valore e fortemente innovativo, anticipando di un paio di mesi il lancio marketing. Abbiamo proposto una narrazione che ha saputo

conciliare il posizionamento di Barilla sul tema della sostenibilità».

La campagna ha integrato attività di media relation e influencer engagement. Grazie a uno storytelling ideato per poter essere declinato in più angoli editoriali, la campagna ha guadagnato una visibilità ampia, qualificata e diversificata sia sui media mainstream e digitali, sia sui social.

La Carta del Mulino, il suo disciplinare e la brand purpose sono stati al centro di un evento realizzato all'interno dello Stabilimento di Castiglione delle Stiviere, proprio dove vengono prodotti i Buongrano, i primi biscotti Mulino Bianco ad essere prodotti con farina di grano tenero sostenibile.

Una modalità di presentazione che ha permesso di comunicare in maniera calda ed emozionale i messaggi del brand agli oltre 140 giornalisti, stakeholder e influencer presenti.

r.eco.

CAMERA COMMERCIO



CRESCITA PMI: IL 13 UN WORKSHOP

■ Crescere imprenditori, servizi e opportunità a sostegno dell'internazionalizzazione e dell'innovazione delle Pmi: workshop in Camera di commercio il 13 dicembre alle 15, organizzato in collaborazione con Infocamere, Unioncamere Emilia-Romagna ed Enterprises Europe Network. Obiettivo far conoscere e mettere a disposizione gli strumenti e i servizi offerti dalla Camera di commercio agli imprenditori iscritti al Registro Imprese per semplificare il loro lavoro. Programma online. Iscrizioni, quesiti e richiesta di colloqui individuali a: promozione@pr.camcom.it.

PORTALE NAZIONALE ETICHETTATURA

■ Il nuovo strumento digitale è a disposizione delle imprese quale supporto per la creazione e l'aggiornamento dell'etichetta alimentare. Nasce dall'esperienza maturata attraverso lo Sportello etichettatura e sicurezza alimentare, un servizio di primo orientamento nato nel 2009. Dettagli su www.pr.camcom.it e su www.portale-etichettatura.lab-to.camcom.it

RAPPORTO ECONOMIA EMILIA-ROMAGNA

■ Martedì 17 dicembre alle 9.30, Unioncamere e Regione Emilia-Romagna presenteranno il Rapporto 2019 sull'economia regionale realizzato congiuntamente, che fornisce un quadro dettagliato sull'andamento congiunturale. L'evento di presentazione si terrà in Regione Emilia-Romagna, Bologna, Viale Aldo Moro 30, Aula Magna. Iscrizione online. Il Rapporto sarà disponibile su web dal 18 dicembre.

Agroalimentare Rafforzarsi negli Stati Uniti: al via il progetto di Regione e Confindustria

L'Unione Parmense degli Industriali è capofila. Tre le iniziative in campo

LUCA MOLINARI

■ Rinforzare la presenza fisica delle imprese di casa nostra negli Usa. E' l'obiettivo del nuovo progetto regionale rivolto alla filiera alimentare e agroindustriale, che vede l'Unione Parmense Industriali capofila.

Realizzato in collaborazione con Confindustria Emilia Romagna e cofinanziato dalla Regione, è stato presentato ieri pomeriggio a Palazzo Soragna. Le opportunità del progetto sono state illustrate

da Natalia Baldassi, vicecapo-servizio dell'Ufficio economico dell'Upi. «Gli obiettivi del progetto sono molteplici - ha spiegato -. In primis creare opportunità di collaborazione commerciale, tecnologica e produttiva tra le nostre imprese e le controparti negli Usa. Sono previsti anche momenti di approfondimento e confronto tra Università e centri di ricerca della nostra regione e dello stato della Pennsylvania sui temi che stanno caratterizzando il svi-

luppo della filiera agroalimentare».

«Un altro obiettivo - ha proseguito - è quello di portare le nostre realtà di eccellenza in un'ottica di partnership commerciale e produttiva». Il progetto è rivolto alle aziende della filiera alimentare (packaging compreso) - sia piccole e medie imprese, che grandi aziende - che abbiano la sede operativa in Emilia Romagna. L'iniziativa si svolgerà nel corso del 2020 solo al raggiungimento di almeno otto imprese aderenti.

La Baldassi ha quindi ribadito l'importanza che riveste il



PALAZZO SORAGNA Un momento dell'incontro.

mercato statunitense per le nostre aziende. «Nonostante le tendenze protezionistiche - ha precisato - resta un mercato di prioritaria importanza, nel quale le nostre tecno-

logie e prodotti rimangono molto apprezzati e richiesti». Ruben Sacerdoti, responsabile del servizio Attrattività e internazionalizzazione della Regione Emilia Romagna, ha

illustrato le iniziative promosse per favorire l'insediamento delle aziende negli Usa.

«Non possiamo permetterci il lusso di perdere quote di mercato - ha osservato -. Per reagire positivamente alla crescita dei dazi bisogna rinforzare la presenza fisica negli Usa. Per farlo abbiamo messo in campo tre tipi di iniziative: l'ampliamento del progetto pensato per favorire l'innovazione tecnologica; un affiancamento delle imprese che vogliono consolidarsi sul mercato americano con l'aiuto di Ice; la sigla di accordi di collaborazione con alcuni stati cruciali come California, Pennsylvania lo stato di New York. Questo modus operandi verrà proposto anche alla prossima giunta regionale, al di là dell'appartenenza politica».