

Economia

LE NOSTRE INIZIATIVE

I FUNGHI IN TASCA

IN OMAGGIO UN PRATO COLTIVATO PER LA RACCOLTA

IN EDICOLA A 9,90 più il prezzo del quotidiano



L'ad Vecchioni: siamo l'operatore di riferimento nella filiera agroalimentare



Collaborazione su progetti di sostenibilità ambientale

Il protocollo Cirfood-Hera per combattere tutti gli sprechi

Ferrara Cirfood, impresa cooperativa italiana leader nella ristorazione collettiva, commerciale e nei servizi di welfare, e il Gruppo Hera, una delle maggiori multiutility italiane, hanno firmato ieri - alla vigilia della Giornata internazionale di consapevolezza sulla perdita e lo spreco alimentare - un protocollo d'intesa per collaborare su progetti mirati a favorire economia circolare, sostenibilità ambientale e mobilità sostenibile, in coerenza con gli obiettivi per lo sviluppo sostenibile definiti dall'Agenda Onu 2030.

L'accordo firmato ieri tra le due realtà, che da anni si impegnano per promuovere iniziative nella direzione della sostenibilità, avrà una durata di tre anni e si svilupperà attraverso l'implementazione graduale di una serie di azioni e iniziative ambientali, a partire dai punti di ristorazione situati prevalentemente nei territori serviti da Hera, per poi estendere gradualmente il raggio d'azione ad altre regioni. Saranno inoltre sviluppate congiuntamente capillari attività di comunicazione rivolte sia ai dipendenti che ai clienti, che saranno i destinatari di campagne mirate.

La collaborazione appare ancora più significativa se si considerano i numeri delle due realtà: solo nel 2021, Cirfood, azienda leader in Italia nella ristorazione collettiva, ha preparato oltre 77 milioni di pasti, impiegando quasi 12 mila persone e gestendo 1.700 cucine e 120 pubblici esercizi. Da oggi, questa grande organizzazione avrà a disposizione tutta la ventennale esperienza in campo ambientale del Gruppo Hera: la multiutility è infatti il primo operatore nazionale per rifiuti trattati e nel 2021 ha superato il 65,3% di raccolta differenziata in media sui territori serviti (oltre 180 comuni con 3,2 milioni di cittadini). Inoltre, è stata la prima utility in Italia ad entrare a far parte del prestigioso network internazionale Fondazione Ellen MacArthur, che raccoglie le realtà più attive su scala globale nella transizione verso l'economia circolare. I progetti di economia circolare, sostenibilità ambientale e mobilità sostenibile. In questo contesto economico e ambientale, i rifiuti rappresentano un tema sempre più urgente da affrontare, su cui si concentra anche l'agenda politica nazionale ed europea, responsabilizzando sempre di più i soggetti che sono coinvolti nella loro produzione e gestione.

Con questa intesa, Hera e CIRFOOD hanno avviato una collaborazione su diversi progetti specifici in ambito sostenibilità ambientale: dalla lotta allo spreco alimentare, a soluzioni per una mobilità sostenibile.

Bf ha decuplicato il fatturato e "assorbe" i costi impazziti

La holding di Bonifiche Ferraresi consolida Consorzi agrari e Ibf servizi. In crescita anche le attività agroindustriali e i prodotti a marchio proprio

di **Stefano Ciervo**

Jolanda di Savoia Un gruppo che decuplica in un anno il valore della produzione, migliorando anche le marginalità, e si appresta verosimilmente a tagliare il traguardo del miliardo di euro. Si tratta di Bf, la holding di Bonifiche Ferraresi, che con la semestrale presentata ieri ha consolidato il vorticoso giro di acquisizioni perfezionate negli ultimi dodici mesi, a partire dai Consorzi Agrari, e si presenta ai mercati come l'unico gruppo agroalimentare italiano totalmente integrato, dalle sementi alla commercializzazione dei prodotti. Una circostanza, quest'ultima, che ha consentito di non riservare spazio sul report alle dinamiche che stanno flagellando tutte le imprese, dal costo dell'energia a quello delle materie prime: da produttori, trasformatori e venditori,

Gruppo Bf

Comprende le controllate Bonifiche Ferraresi, Sissamenti, Bf Agro-industriale e Agricola, Consorzi agrari d'Italia e le controllate tra le quali Eurocap Petroli, Sicap e Italian Tractor, Ibf servizi e la controllata Agronica

gli jolandini "compensano" al loro interno effetti positivi e negativi della congiuntura.

I numeri assoluti sono impressionanti. Il valore della produzione dei primi sei mesi dell'anno è stato di 452,8 milioni, contro i 46,1 dello stesso periodo dell'anno scorso. Il risultato è dovuto in gran parte al consolidamento di Consorzi agrari d'Italia e delle sue controllate, e di Ibf servizi con la controllata Agronica (88%) ma c'è anche la crescita del settore industriale (+30% a parità di perimetro) che fa segnare pure un miglioramento della marginalità: sono da registrare anche aumenti di volume dei prodotti confezionati e l'inserimento di nuovi prodotti del marchio Le stagioni d'Italia. La novità dei sementi ha portato 23,5 milioni di euro, mentre dalla commercializzazione di cereali, fitofarmaci e concimi (riconducibili appun-

to al Cai) sono arrivati 234,2 milioni.

Il risultato prima delle imposte è di 7,2 milioni contro i 2,1 del 2021, dopo aver rilevato ammortamenti per 13,9 milioni, mentre l'utile netto è di 4,2 milioni (erano 1,3 l'anno scorso).

Verso il miliardo di euro Bilancio di fine anno La struttura integrata compensa i rincari di energia e materie prime

so). L'indebitamento netto è cresciuto da 25,6 a 70,5 milioni riflettendo «gli investimenti effettuati nel primo semestre 2022 oltre a risentire dell'andamento del ciclo finanziario delle attività che nel corso del primo semestre generano un maggior afflusso di circolante».

Dopo la chiusura della semestrale il gruppo è cresciuto ulteriormente con l'inserimento delle attività strumentali del Consorzio Nordest, e l'andamento tendenziale fa presumere che il bilancio 2022 della holding, che ha sede a Jolanda ed è quotata a Milano, possa appunto toccare il miliardo di valore della produzione.

L'ad Federico Vecchioni gonfia il petto, «capacità d'innovare e di diversificare, incremento della dimensione aziendale, approccio al mercato flessibile e in grado di accelerare i processi decisionali in funzione degli obiettivi, razionalizzazione dei processi, creazione di partnership e integrazione di filiera sono alla base della crescita del gruppo Bf, che si conferma operatore di riferimento della filiera agroindustriale 100% italiana e nello sviluppo dei servizi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nasce C-Day per "umanizzare" l'impresa

L'idea di Ghedini e Ruzza: eventi aziendali di respiro collettivo e valore sociale



C-Day Ecco il logo del progetto d'impresa tutto ferrarese e al femminile

Ferrara Delle imprese si tende a dimenticare il valore sociale e la reputazione, aspetti fondamentali in tempi oggettivamente difficili. In questo alveo nasce C-Day, il progetto d'impresa realizzato dalla giornalista Camilla Ghedini (ufficio stampa e comunicazione) e dall'imprenditrice Arianna Ruzza (Relazioni Cosmiche). «Ci rivolgiamo alle aziende desiderose di fare conoscere il proprio capitale umano, relazionale, immateriale, che diventa valore sociale». C-Day punta sui contenuti e sull'analisi delle attività dei commit-

tenti che vogliono "umanizzare" la loro attività attraverso eventi mirati per il lancio di nuove linee e prodotti, strategie, traguardi importanti come compleanni che testimoniano longevità. Non catering e concerti, ma eventi con un respiro collettivo, che abbiano una ricaduta sul territorio, capaci di produrre informazione e cultura. «Da un convegno su un tema di attualità a uno spettacolo teatrale, dalla presentazione alla realizzazione stessa di un libro». Il tutto con una metodologia che parte dallo storico per comprendere la fi-

Fondatrici

A destra le ideatrici di C-Day: Arianna Ruzza (Relazioni Cosmiche) e la giornalista Camilla Ghedini

losfia delle singole attività. «Dallo stato dell'arte nel mercato - dettagliano Ghedini e Ruzza - al posizionamento della concorrenza, dallo studio dei clienti a quello dei prodotti. Sono step irrinunciabili».

Sottovalutati, secondo Ruzza e Ghedini, sono i compleanni, raramente aperti alla città ma vissuti come un momento tra vertici, dipendenti, istituzioni, cui si "regala" qualche ora di divertimento e leggerezza. «Possono invece diventare momenti di ulteriore crescita attraverso lo strumento della cultura. La vita di un'azienda-



rimarcano - è fatta di momenti memorabili spesso non vissuti anche solo per il pudore di esporsi». Di qui C-Day, laddove C sta per comunicazione, creatività, condivisione, crescita, cambiamento, comunità, celebrità. «Puntiamo sul contenuto, sull'autenticità e

sulla conoscenza del marketing e della comunicazione, spesso confusi quando sono invece ambiti diversi che dialogano tra loro. Come diversi sono i perimetri della comunicazione e dell'informazione». Info c-day@c-day.it.

© RIPRODUZIONE RISERVATA