

FESTA ROTARY: TAVOLA ROTONDA CON LE IMPRESE

Colossi con cuore familiare ma mire alte

*Amadori e Trevi tra radici e dinamismo
L'innovazione filo comune per lo sviluppo*

CESENA. I colossi economici del territorio cesenate sono decisi a tenersi ben stretto il proprio dna familiare. Ma al tempo stesso hanno uno sguardo ambizioso proiettato verso il futuro. E così, solo per fare

un esempio, l'impero Amadori ha messo gli occhi su un marchio di grande rilievo quale Parmacotto ed un suo ingresso in Borsa, pur non essendo all'ordine del giorno, è una eventualità da non scartare.

Se ne è parlato in uno dei dibattiti organizzati ieri pomeriggio, in occasione della Festa dei Rotary Club della Romagna che ha animato il centro storico. I fili conduttori dell'iniziativa sono stati "Idee, innovazione, istruzione: opportunità di lavoro per i giovani".

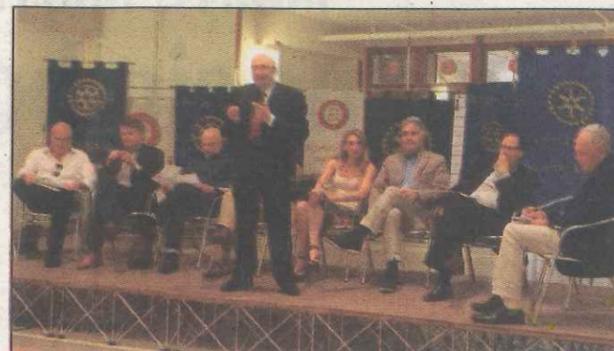
Per una giornata Cesena è diventata l'epicentro dei Rotary Club romagnoli. Oltre a piazza Amendola e piazza del Popolo, il fulcro della manifestazione è stato il Foro annonario, dove dalle 9.30 alle 19 si sono svolti incontri, sviluppando nell'area centrale un percorso circolare per adulti e bambini. Particolarmente ricca di spunti si è rivelata la tavola rotonda dedicata al tema "Come nasce e si sviluppa un'azienda",

che ha coinvolto alcuni dei maggiori imprenditori del territorio. Protagonisti dell'incontro, moderato dal giornalista Davide Buratti, sono stati Renzo Piraccini di Almaverde Bio, Flavio Amadori del Gruppo Amadori, Magali Prati di Camac, Marco Campomaggi di Campomaggi e Caterina Lucchi, Maurizio Zappatore di Orogel, Antonio Neri di Neri, Gianluigi Trevisani del Gruppo Trevi ed Andrea Paolo Rossi, presidente del Rotary Club Cesena. Fil rouge è stato il legame che unisce territorialità ed imprenditorialità, in un'ottica di sviluppo, oltre che economico e commerciale, culturale e collettivo.

«L'identità di un'azienda - ha spiegato Campomaggi - può influire sulla

qualità del territorio sia dal punto di vista sociale che politico. L'incentivo per i giovani imprenditori è quello di portare avanti un impegno verso il proprio territorio, non tanto per donare qualcosa di aggiuntivo, ma per restituire, in termini di beni, prodotti e contesti relazionali, una garanzia alle future generazioni».

Piraccini ha aggiunto: «Anche da una prospettiva non imprenditoriale ma manageriale, per trasformare, come nel caso di Apofruit o Almaverde Bio, una cooperativa locale in un'azienda di livello nazionale, occorre seguire un percorso di trasformazione che faccia del proprio radicamento uno strumento di crescita valoriale». Sul versante fieristico, si è pronunciato a



La tavola rotonda con le grandi imprese del territorio

favore della strada imboccata, perché «innesca un meccanismo virtuoso che interesserà Cesena con 2,5 milioni di euro investiti per migliorare l'estetica e la funzionalità dell'area fieristica per il progresso futuro».

Ad evidenziare il ruolo che il contesto gioca nello sviluppo aziendale ci hanno pensato i rappresentanti di gruppi che da sempre rappresentano nomi d'eccellenza del territorio cesenate, come Amadori e Trevi. Aziende a conduzione familiare, i cui timonieri hanno rimarcato la volontà di rimanere tali, pur affidandosi nel primo caso affidandosi a manager di va-

glia e nel secondo potenziando l'internazionalizzazione. Per Trevi, che nel giro di un decennio ha addirittura decuplicato il fatturato, lo sguardo è rivolto a «mercati già in parte consolidati, come il Nord e Sud America, l'Africa e il Medio Oriente». Per Amadori l'obiettivo è consolidare la propria presenza nazionale, anche continuando ad ampliare la propria gamma di prodotti, e in questo senso la Parmacotto sta attirando l'interesse della società di San Vittore. Inoltre, non si può escludere che in futuro ci sarà uno sbarco in Borsa, anche se Flavio Amadori ha specificato che per il mo-

mento non c'è alcun approccio in questa direzione.

Ha rimarcato un'identità cesenate doc anche Maurizio Zappatore, per Orogel: «La nostra è una realtà cooperativa fortemente legata al territorio e ai produttori agricoli locali, che punta ad aggregare nuovi soci, soprattutto tra le nuove generazioni, per diffondere la tendenza a consumare prodotti made in Italy, visto che solo nel settore surgelati ancora oggi sono 250 mila le tonnellate di prodotti importati, a discapito della qualità e della sostenibilità italiane, per poi approcciarci verso l'export».

Ha definito invece la propria azienda «una vecchia start up» Antonio Neri, che per il futuro punta su modernità, sostenibilità ed internazionalizzazione.

L'importanza del coinvolgimento delle scuole e delle nuove generazioni è stata infine al centro delle riflessioni dei Gruppi Campomaggi e Camac, per rinnovare i prodotti e le idee.

Letizia Pieri

Momenti piacevoli ieri nel cuore della città
Auto storiche ed estro artistico
vivacizzano la piazza e il loggiato

CESENA. Un'affascinante flotta di auto d'epoca in mezzo a piazza del Popolo ed una estemporanea di pittura ricca di estro sotto il loggiato comunale sono due eventi che ieri hanno vivacizzato il cuore di Cesena. Me-

rito della festa organizzata dai Rotary della Romagna, che oltre ad offrire spunti di riflessione con una serie di qualificati incontri ha regalato gradevoli momenti all'aria aperta, con l'aiuto di un bel sole primaverile.

