

Ricerca europea Aerospazio, nuovo progetto della Regione

» Costruire una rete per lo sviluppo delle tecnologie quantistiche, tra cui computazione, simulazione e sensori, e collegare tra loro le esperienze realizzate dai 9 Paesi partecipanti. Questo l'obiettivo del progetto europeo «Equivalent - European quantum innovation Valleys», finanziato dal pro-

gramma Horizon Europe per creare una rete continentale dedicata allo sviluppo delle tecnologie quantistiche, a cui la Regione Emilia-Romagna ha deciso di partecipare come partner. Già riconosciuta come «Regional innovation valley» dalla Commissione europea, l'Emilia-Romagna contri-

buisce con un budget complessivo di 903.750 euro, cofinanziato al 50% dalla Commissione europea: il progetto partirà a ottobre 2026 e durerà 5 anni. «L'ambito quantistico - ha commentato il vicepresidente Vincenzo Colla - richiede collaborazione tra territori, istituzioni di ricerca e imprese».

Moda Ebitda 18 mln nel 2025. Il fondatore Negra ripercorre le tappe

La rinascita di Pinko «Fatto fronte comune»

» La tempesta perfetta e la rinascita. Due anni sulle montagne russe e la forza di un brand che ha saputo risollevarsi, nonostante tutto e tutti. La storia recente di Pinko, marchio del fashion conosciuto in tutto il mondo, è un insegnamento per tutti, in particolare per chi fa impresa. Cause esogene hanno minato un'attività che stava marciando a tutta velocità nel periodo post Covid e in seguito ha dovuto affrontare un mare in tempesta. Ci sono voluti coraggio e determinazione, ma non solo.

«Abbiamo messo la faccia con la trasparenza e l'onestà che ci contraddistinguono da sempre e questo conta tantissimo - sottolinea il fondatore del gruppo, Pietro Negra -. La nostra famiglia, sempre unita, ha dato l'esempio, guidando la resilienza che ci ha permesso di superare la crisi e di guardare al futuro con rinnovato entusiasmo». Ma andiamo con ordine.

«Nel 2022, usciti dalla pandemia, abbiamo realizzato un bilancio record: 303 milioni di euro di fatturato, +33% sul 2019 e un Ebitda di 67 milioni, tanto che media di settore ci collocavano fra le mid cap più quotabili - spiega Negra -. L'export rappresentava il 70% dei ricavi, con particolare incidenza della Cina. Le nostre Love Bag avevano raggiunto un successo mondiale. Mancava il settore delle calzature, ma poi era stata avviata anche una joint venture con un produttore di scarpe specializzato, per replicare lo sviluppo delle borse. Con questi presupposti abbiamo deciso di varare un piano di sviluppo da 500 milioni in cinque anni. Nel 2023 abbiamo investito in Cina: nuovi negozi, struttura, personale, prodotto, marketing, ma il mercato a fine anno è risultato in calo del 50%. Nel frattempo, un finanziamento di 81 milioni contratto nel 2019 con un pool di banche è sospeso durante la pandemia, richiedeva il rimborso di circa 30 milioni nel 2024. È iniziata così una lunga trattativa per procrastinare la restituzione che alla fine viene accolta da sei banche, mentre la settima non delibera. In ventiquattro ore ci troviamo in Utp (Unlikely to Pay). È l'altra faccia della luna, quella buia che ti fa



Pietro Negra
La vera svolta nel prodotto. Le ultime tre collezioni sono state giudicate tra le più belle della storia di Pinko

sentire insicuro e considerato inadeguato, tanto da venir sostituito da un ceo e un Cda esterno».

La famiglia non è più al timone. «È giusto assumersi tutte le responsabilità - ammette Negra -. Non ho sollecitato stralci a nessuno, né alle banche, né agli enti, né tantomeno ai fornitori. Ho solo chiesto che mi fossero concessi gli affidamenti per continuare a lavorare. Il piano prevedeva una riduzione del perimetro di business, quindi minori affidamenti. Questo non è avvenuto, nonostante la protezione teorica della Cnc (Composizione negoziata della crisi). Nel frattempo si sono dimessi il ceo e il consigliere indipendente, quindi il Cda era da rifare. Si è dimesso anche il cfo storico e con lui altri dell'amministrazione. Ci hanno lasciato alcuni dipendenti, fornitori, banche minori, in barba alla Cnc che dovrebbe assicurare la continuità dell'azienda, essendo ritenuta il valore socialmente più rilevante da presidiare». Il mare è sempre più agitato, ma la famiglia resta unita e



La famiglia ha dato l'esempio, guidando la resilienza che ci ha permesso di superare la crisi

dà l'esempio. «Ogni mattina eravamo in azienda. La grande maggioranza dei collaboratori è rimasta e ha combattuto contro ogni difficoltà, il tutto complicato dal gossip, spesso ingiustificato. Anche i fornitori ci hanno dato una mano».

Poi, la rinascita. Pinko passa da un anno orribile come il 2024 (-30 milioni di Ebitda) al 2025 con +18 milioni di Ebitda, grazie al piano che è stato messo in campo. «Abbiamo chiuso i mercati in perdita, ridotto i costi fissi e del circolante», spiega Negra -, ma la vera svolta avviene a livello di prodotto. È la variabile più impattante per i fashion brand, ciò che le banche non vedono perché non sanno valutare l'influenza che può avere nelle aziende di moda. Il prodotto e il marketing sono la faccia del brand e in questo ambito abbiamo realizzato una sorta di miracolo. Le ultime tre collezioni, sono state giudicate tra le più belle della storia di Pinko. Il merito va al coraggio di liberare tutta la creatività proprio nel prodotto, così come nella comunicazione, attraverso la campagna «Estate Italiana». Se si ha il coraggio per reagire alle difficoltà si possono trovare energie impensabili in momenti normali. Così è stato per noi. La paura non ci ha bloccato. Abbiamo fatto fronte comune e questo ci ha ripagato. Dal punto di vista economico ho perso, ma l'esempio che ho trasmesso alle mie figlie e ai collaboratori credo abbia un valore ben più grande».

Patrizia Ginepro

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Formazione per il lavoro Its Tech&Food e Rotary insieme per la sicurezza Nasce un corso per defibrillatore

Incontro con i ragazzi

Da sinistra Michele Cesari, Martina Benecchi, Barbara Melegari, Massimo Ambanelli e Maria Teresa Angella.



» «Il futuro non accade ma si costruisce»: è questa la visione che accomuna Michele Cesari, presidente del Rotary Parma Est, e Massimo Ambanelli, presidente di Its Tech&Food Academy. Un impegno profondo volto da entrambe le parti a trasformare le competenze in opportunità, modulando talento e lavoro, così da riuscire a bilanciare bisogni industriali e modalità educative.

In sintesi solo resilienza, «capacità di leggere il cambiamento e trasformarlo»: così Cesari ha lasciato la parola ad Ambanelli, ospiti nella nuova sede Its di Parma per una riunione del club. Una scuola con una identità forte, che in pochi anni ha visto una crescita quasi esponenziale: da 24 studenti e un corso si è arrivati a 247 studenti, 8 percorsi e 4 sedi. Una didattica esperienziale, dove «ogni studente è protagonista del proprio percorso formativo». Una formazione nel futuro dell'agroalimentare attraverso una full immersion di 2 anni innovativa, che gioca a stimolare lo spirito creativo: su 2mila ore di lezione 800 sono di stage. Seguendo il motto del «pronti subito», l'84% dei diplomati trova lavoro. E proprio le imprese sono il tassello fondamentale, con tirocini, visite aziendali, apprendistato e testimonianze dirette come insegnamento frontale.

L'aumento costante delle imprese partner testimonia la validità di Its, con corsi rimodulati sulla base di richieste imprenditoriali e senza mai perdere di vista il divertimento come condizione base per creare innovazione. Il Rotary ha voluto premiare Its inserendo come service un corso per 6 studenti e/o coordinatori per l'utilizzo del defibrillatore. Gli studi scientifici parlano di 60mila casi all'anno di arresto cardiaco con un'alta percentuale anche di giovani under 35, ha ricordato Andrea Merusi, Rspg di Its: solo l'8% sopravvive in caso di primo soccorso con massaggio cardiaco manuale. Nella sede di Parma sono presenti 100 studenti: per loro la sensibilizzazione e la cultura della sicurezza sul lavoro è materia di insegnamento, a formare una scuola modello anche sotto questo aspetto.

Antonella Colombi

© RIPRODUZIONE RISERVATA