

SCRAMBLER DUCATI



Abbiamo grandi novità!

VIENI A PROVARE IL **NUOVO MENÙ**
CON LE NOSTRE **PIZZE CON FARINE**
BIO E GLI **SCRAMBLER BURGER**



LA **BIRRA ARTIGIANALE** A MARCHIO
SCRAMBLER DUCATI **FOOD FACTORY**
TE LA OFFRIAMO NOI!

ti aspettiamo in
VIA STALINGRADO 27/6, BOLOGNA

e nel nuovo locale in
VIA D'AZEGLIO 34A, BOLOGNA

SCATTA UNA FOTO AL CODICE NEL
RIQUADRO O COMUNICALO IN CASSA *

SDF62

*PROMOZIONE NON CUMULABILE CON LA TESSERA MEMBERSHIP.
DA PRESENTARE IN CASSA ENTRO L'11/08. VALIDA IN ENTRAMBI I PUNTI VENDITA

Emil Banca per l'impresa Sbloccati 10 milioni

Firmata intesa sui finanziamenti con Confartigianato

di LORENZO PEDRINI

UN'INIEZIONE di liquidità, e, forse, di fiducia, in tempi brevi e a costi contenuti. Detta così, l'accordo sottoscritto ieri mattina fra Emil Banca Credito Cooperativo e Confartigianato Imprese Bologna Metropolitana sembra già la realizzazione del sogno di ogni piccolo imprenditore, ma, visti i progetti in cantiere, potrebbe rivelarsi un affare ancora migliore. Grazie alla convenzione firmata dal direttore generale della Bcc, Daniele Ravaglia, e dal vice-segretario della sezione bolognese dell'associazione di rappresentanza delle pmi, Massimo Pirazzoli, le micro, piccole e medie imprese del nostro territorio potranno accedere a 10 milioni di euro di finanziamenti fino a 84 mesi, a tassi, sia fissi che variabili, decisamente concorrenziali.

I **PRESTITI**, ai quali sarà applicata, a seconda della durata prescelta e dei meriti creditizi del richiedente, uno spread tra l'1,5% e il 4%, si potranno richiedere da oggi fino al 31 dicembre 2019, ma sono previste ulteriori agevolazioni per chi avvanzerà domanda entro il 31 dicembre di quest'anno. «La terra che abitiamo deve grande parte del proprio benessere alle imprese di piccole dimensioni



Daniele Ravaglia (a sinistra) e Massimo Pirazzoli

L'ACCORDO

Pronto un pacchetto di prestiti a 84 mesi a tasso agevolato, fino al 31 dicembre 2019

e ora, mentre alziamo la testa dopo la crisi, è utile dar loro indietro qualcosa che faccia la differenza, soprattutto per chi desidera investire su innovazione e apertura ai mercati esteri», è stato il soddisfatto commento di Ravaglia, che, dopo avere auspicato un prossimo raddoppio delle risorse messe a disposizione dal suo istituto, si è soffermato anche sul contesto nazionale. «Ci aspettiamo, come credi-

to cooperativo, che si proceda nel solco di quanto fatto negli ultimi due anni – ha detto – ma, vista la confusione istituzionale di questo momento, non possiamo fare altro che attendere gli eventi».

LASCIATE sullo sfondo le decisioni dei palazzi romani, invece, Pirazzoli ha applaudito «la decisione di Emil Banca di sostenere ancora una volta l'imprenditoria locale, in particolare perché gli effetti della ripresa cominciano finalmente a farsi sentire, anche su fronti in storica difficoltà come l'edilizia, ed è arrivato il tempo di ricominciare a spendere per crescere, viste anche le sfide che la rivoluzione del 4.0 porta con sé».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

APPROCCIO ORIGINALE DIAMO VOCE AL MEGLIO DELLA CITTÀ

«Comunicazione dal volto umano» È la strategia di Stile di Bologna

OGNI CITTÀ ha un'indole peculiare, una serie di caratteristiche che incarnano il modo in cui i suoi abitanti vivono il quotidiano ed esprimono il proprio pensiero. Anche sul fronte della comunicazione, allora, esiste uno stile di Bologna, come ha capito, facendone addirittura il proprio nome, l'agenzia Sdb, che tra la pubblicità 'analogica' e il marketing digitale a mezzo social ha saputo, dalla sua nascita alla Bolognina che risale al 1993, svilupparsi e guadagnarsi fette di mercato sempre più ghiotte. «Gran parte di quello che siamo diventati, mostrando una capacità di integrazione fra vecchi e nuovi modi di comunicare superiore a quella di gran parte della concorrenza, può essere riassunta dal motto *data human creative* – spiega l'amministratore delegato e fondatore, Alessandro Morando – capace di dare il senso del filo che lega lo studio del flusso di dati generati dalla rete, la loro interpretazione da parte del cervello umano e la risposta creativa finale».



ALESSANDRO MORANDO

«La nostra forza sta nella capacità di unire strumenti vecchi e nuovi e di trattare i big data con uno sguardo differente»

chiudere un processo insieme scientifico e intellettuale, portato avanti da un comparto di comunicazione tradizionale che conta 26 addetti e da un altro, da 16 teste, specificamente rivolto al social marketing e anch'esso dal nome decisamente evocativo. «La nostra divisione digitale, in grado di

muoversi agevolmente fra i meandri della rete e la ricerca socio-antropologica, si chiama Dunbar, come il numero che, in sociologia, indica la quantità di rapporti personali stabili che un individuo può intrattenere contemporaneamente», è la spiegazione, quasi professorale, di Morando.

TRA RICERCA culturale e analisi dei big data, allora, il punto è che Sdb ha saputo crescere, in 25 esercizi, fino ai 2 milioni di euro di fatturato annuo, assumendo peraltro una larga maggioranza di donne e giovani, puntando, nelle prossime annate, a scavalcare quota 3 milioni. Il biglietto da visita più importante per un'agenzia di comunicazione, però, resta il suo parco clienti, ormai più di 50, tra i quali si può scovare, ricorda l'ad, «il meglio delle anime della città, dal cibo allo sport e alle macchine automatiche». Gli stemmi, tra gli altri, di Ima, Bfc 1909, e Fabbri 1905 in bella vista sulla brochure sono lì a provarlo, insieme all'accordo per la promozione del 1° Festival del Ragù, in scena dal 22 al 24 settembre.

l. p.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TRE PAROLE, dunque, per rac-