

L'Open Day ora si fa in azienda

Dal 14 giugno al 4 luglio il Festival dell'Industria con tanti appuntamenti e incontri sul territorio

Porte aperte dalle aziende a cittadini ed enti. Parte infatti il 14 giugno (fino al 4 luglio) l'8° Festival dell'Industria e dei valori di impresa, organizzato da Confindustria Romagna dopo due anni di edizioni virtuali, con un denso programma di appuntamenti e anteprime.

Un'occasione per incontrarsi, celebrare traguardi importanti e confrontarsi sui temi di attualità con open day aziendali e iniziative associative che si svolgeranno nei territori di Forlì, Cesena, Ravenna e Rimini e che culmineranno con l'assemblea generale il 4 luglio al teatro Alighieri di Ravenna, alla presenza del presidente di Confindustria Carlo Bonomi.

«**Con** il Festival torniamo a svelare cosa c'è dietro a capannoni, uffici, mail e videocall – dice il presidente di Confindustria Romagna Roberto Bozzi – le persone che abbiamo visto e sentito solo dai monitor in questi due anni non si sono mai fermate, la-



Roberto Bozzi, presidente di Confindustria Romagna che organizza l'evento

vorando giorno per la crescita e lo sviluppo dei nostri territori con grinta, progetti innovativi, intraprendenza e grande capacità di affrontare le sfide, soprattutto nel particolare momento storico che stiamo vivendo. Vogliamo quindi celebrare il loro impegno e i valori del fare impresa guardando avanti con fiducia, con un'idea di insieme e

di Romagna vista e vissuta sempre più come un'unica città».

Dopo le anteprime del nuovo stabilimento di Elfi a Forlì e dell'Open House per i 60 anni di lemca a Faenza, si comincia proprio a Forlì il 10 giugno con la 'Special Preview on site REsuede REcycled' per i 50 anni di Dino Zoli, mentre il 13 giugno sempre a Forlì, Fores Engineering celebrerà i 30 anni di attività.

Fra gli altri appuntamenti nel Forlivese, la tavola rotonda col prof Carlo Ratti, sul tema 'Città Romagna: un'utopia?', che si svolgerà martedì 14 al Teatro Dragoni di Meldola; il 20, l'inaugurazione della nuova sede Synergie Italia, in via Decio Raggi 288, mentre il 28 si parlerà di 'Nuove modalità di lavoro ibrido' (via Spadolini 31), due giorni dopo sarà la volta della 'sostenibilità dei processi industriali' (via Giorgi 12).

Per il centenario dell'ippodromo del Savio, Hippogroup organizza dal 4 al 26 giugno la mostra fotografica tratta dal libro Box202 alla Galleria Pescheria di Cesena, e il 28 giugno si correrà il Gran Premio del centenario. Fra gli appuntamenti istituzionali, il 29 giugno a Cesena Fiera torna Romagna Business Matching, l'evento espositivo di networking e b2b dell'associazione, arricchito da workshop e presentazioni aziendali: una vetrina unica per incontrare potenziali partner, clienti e fornitori.

Aziende forlivesi allo stadio 'Meazza' per l'iniziativa di Eto'o

A San Siro per la partita pro multiculturalità in 'campo' Dorelan, Otoplus e Ricci

I tifosi interisti non l'hanno dimenticato. Samuel Eto'o è stato uno degli eroi del triplete. Il campione africano lunedì sera è sceso sul terreno di San Siro insieme a una selezione di 'eroi' per l'Integration Heroes Match,

incontro di beneficenza nato con lo scopo di rilanciare l'impegno contro ogni forma di discriminazione. Uno dei primi incontri al mondo organizzati con lo specifico intento di promuovere l'inclusività e la multiculturalità sostenuto dalla forlivese Ege Produzioni, in qualità di partner commerciale, e da alcune importanti realtà nostrane, quali Dorelan, Gioielleria Ricci e Otoplus, che hanno sposato in toto

i valori cardine dell'iniziativa immettendo le proprio pubblicità a bordo campo (nella foto si intravedono, dietro ad Eto'o quelle di Otoplus e Dorelan). Hanno partecipato all'iniziativa altri campioni del passato: Júlio César, Wesley Sneijder, Javier Zanetti, Andriy Shevchenko, Andrea Pirlo, Francesco Totti e Paulo Dybala. In campo anche una rappresentativa della nazionale femminile.



Olitalia, i nuovi spot televisivi fino all'11 giugno

Torna sulle reti l'azienda di via Meucci. «Così si rafforza il nostro brand»

È sulle principali reti tv in questi giorni di lo spot Olitalia, l'azienda con sede a Forlì specializzata nella produzione di oli e aceti e leader nel settore food service. La campagna, ideata dall'agenzia creativa Leo Burnett, andrà in onda fino a sabato 11 giugno con uno spot in due diversi formati, uno di quindici secondi e uno di trenta.

Lo spot (nella foto un suo fra-



me) si distingue, nella categoria, per un approccio comunicativo semplice e chiaro, ma anche per utilizzare un linguaggio di rottura rispetto ai canoni clas-

sici.

«**Questa** nuova campagna pubblicitaria – dice Andrea Marchelli, direttore marketing di Olitalia –, che prosegue il percorso di affermazione del brand Olitalia, ha l'obiettivo di rafforzare il posizionamento dell'azienda come brand di eccellenza, portando sulle tavole di clienti e consumatori finali un'ampia gamma di prodotti di alta qualità, tra cui tra cui l'Extravergine 100% italiano, l'olio per frittura Frienn e la nuova linea di oli extravergine 'I Dedicati', simbolo dei valori dell'azienda stessa».