



Con l'immissione dell'energia nella rete nazionale, anche lo stabilimento di Ruspino della Sanpellegrino beneficia della produzione di un parco eolico

Il gruppo ha promosso un consorzio e anche Ruspino beneficia di un parco eolico in Piemonte Sanpellegrino si alimenta con l'energia del vento

■ La Sanpellegrino scommette sulle energie rinnovabili, puntando a coinvolgere i nove stabilimenti che fanno capo al gruppo dell'acqua minerale, a sua volta controllato dal colosso svizzero Nestlé.

A marzo di quest'anno, infatti, si è costituito il Consorzio Sanpellegrino Nestlé Green Energy (che ha sede legale a Milano), con l'obiettivo di fornire energia elettrica derivante da fonti rinnovabili (eolico, fotovoltaico e idroelettrico) ai vari siti produttivi del gruppo che fa capo a Nestlé Waters e a Nestlé. Ad usufruirne in questo momento sono sei stabilimenti, fra cui quello bergamasco di Ruspino (dove sono occupati circa 400 dipendenti), oltre a quelli di Nestlé Vera di Santo Stefano di Quisquina in provincia di Agrigento; Scarperia, nel Fiorentino, dove si imbottiglia l'acqua Panna; Recoaro Terme, nel Vicentino; Ormea e Gressio, località entrambe in provincia di Cuneo.

A fornire circa il 50% di energia pulita al consorzio è il parco eolico che si

estende su una superficie di circa 35 mila metri quadrati sul colle San Bernardo a ridosso dell'omonimo stabilimento di Gressio che «riceve» l'energia direttamente dal parco, mentre gli altri siti ne beneficiano grazie all'immissione di energia nella rete nazionale. Il parco è di proprietà della Wind Energy, che insieme a Sanpellegrino, Nestlé e Emmecidue (società che «veicola» l'energia attraverso la rete nazionale ai diversi stabilimenti) ha aderito al consorzio. Con l'obiettivo di raggiungere il 34% dell'alimentazione da fonti alternative entro l'anno», ha spiegato Daniela Murelli, direttore Csr (corporate social responsibility, responsabilità sociale d'impresa) di Sanpellegrino, a margine dell'iniziativa «L'incredibile viaggio di Verino e i suoi amici», un evento promosso da Sanpellegrino che ha fatto tappa nelle scorse settimane in Valle Brem-

bana con l'obiettivo di sensibilizzare i bambini sul tema dell'acqua, della raccolta differenziata e del riciclo, patrocinato dal ministero dell'Ambiente, dalla Regione Lombardia e dal Comune di Sanpellegrino Terme.

Il 100% dell'energia elettrica acquistata nel complesso dagli stabilimenti proviene da fonti rinnovabili. Nel caso specifico di Ruspino, il sito produttivo può contare inoltre su un impianto di trigenerazione che produce energia elettrica, termica e refrigeratrice, «che in termini di energia, fra dicembre 2008 e dicembre 2009, ha fatto segnare un risparmio di circa il 7 per cento».

Energia pulita e risparmio energetico non sono gli unici fronti su cui è impegnata Sanpellegrino, attenta anche all'impiego dell'acqua nei processi industriali. «Nell'ultimo anno e mezzo

c'è stato un risparmio di acqua che si è attestato intorno al 14% - ha affermato Murelli - dovuto in particolare alla messa a regime degli impianti di recupero e trattamento dell'acqua industriale».

In più il gruppo in Europa sta incrementando il trasporto intermodale, un misto tra trasporto su gomma e rotaia per contenere le emissioni inquinanti. I camion arrivano in un hub intermodale vicino alla fonte, dove il rimorchio viene sistemato direttamente sul treno merci alla volta di un secondo hub intermodale vicino alla località di consegna della merce al cliente. E se l'acqua minerale nel nostro Paese è il prodotto alimentare che più «viaggia» in treno, Sanpellegrino è uno degli operatori del settore largo consumo che più utilizza il trasporto ferroviario: per i marchi Nestlé Vera e Levissima oltre il 30% della produzione, contro una media nazionale dei beni di largo consumo che non raggiunge il 10%.

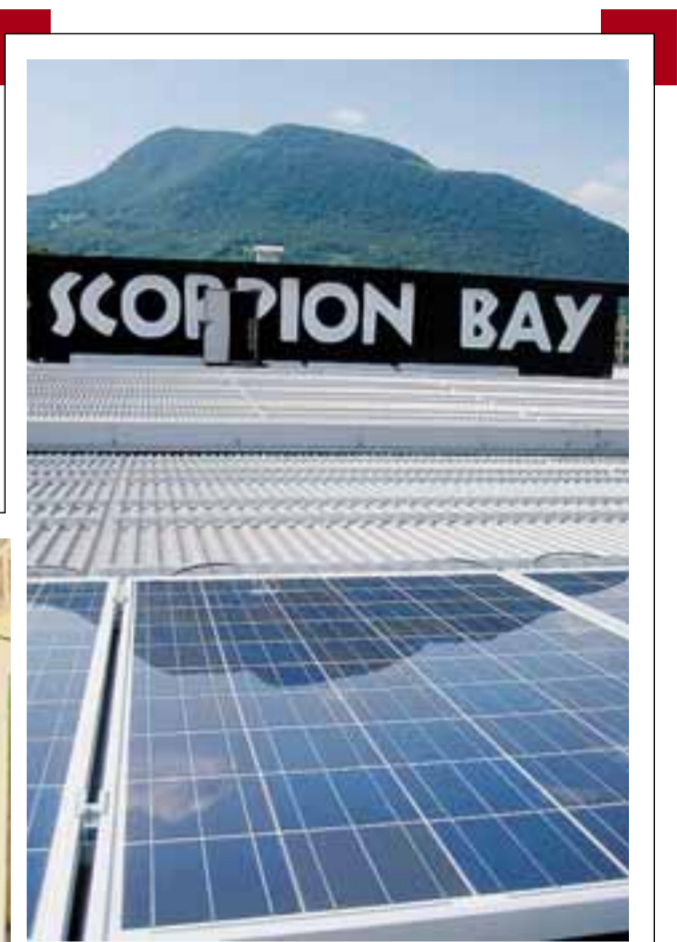


Daniela Murelli

F. B.

Scorpion Bay, stile ecocompatibile anche per la sede di Albino

Pronto un impianto fotovoltaico sul tetto: «È l'equivalente di un bosco di 4 ettari»
Presentata la collezione primavera-estate 2011. Proseguono le aperture di negozi



A destra, un allestimento per la presentazione della nuova collezione con marchio Scorpion Bay. Sopra, l'impianto fotovoltaico collocato sul tetto dello stabilimento dell'azienda ad Albino

■ «La crisi? Terribile, ma piena di opportunità. Almeno è quello che abbiamo pensato noi alla Gipsy. E i risultati non si sono fatti attendere». Lucio Mistri, presidente della società di Albino cui fa capo il marchio Scorpion Bay ha le idee chiare e in questi due anni, anziché giocare in difesa, è partito al contrattacco, facendo ulteriori investimenti mirati sul fronte dell'abbigliamento «sport wear - Life style» (stile libero) per uomo-donna-bambino e accessori, con risultati che non si sono fatti attendere, dato che fatturato e dipendenti, così come le aperture di nuove sedi, sono tuttora in crescita.

Al di là del successo commerciale, in questi anni si è anche sviluppata in azienda una grande vocazione «eco-compatibile», voluta fortissimamente dal patron. «In un momento come questo - spiega Mistri - come imprenditori credo abbiamo l'obbligo di pensare all'ambiente che ci circonda e a un modo di produrre meno invasivo e più naturale». Spunti e idee riprese nella nuova collezione Scorpion Bay Primavera-Estate 2011 che è stata presentata a tutti i buyer europei, dove spiccano i capi in cotone organico e con tinte eco-compatibili. Ma questa nuova filosofia si riflette direttamente anche sulla sede di Albino, dove sul tetto è pronto per essere installato un grande impianto fotovoltaico, progettato dalla società Energe di Cene: «È l'equivalente di un bosco di 4 ettari concentrato sul tetto - spiega il patron - della potenza di 180 kilowatt, pari al lavoro svolto da più di 4.000 alberi, che silenziosamente, ogni anno, assorbono più di 80 tonnellate di anidride carbonica».

Accanto a queste nuove tendenze, per il futuro c'è il progetto franchising nel quale l'azienda crede molto (sarà presentato a ottobre a Milano), attraverso l'individuazione di partner in grado di garantire qualità e affidabilità, mentre continuano le aperture dirette di show room e punti vendita: dopo quelli storici ad Alassio, Caglia-

ri, Bellinzago Lombardo, Torbole (Trento), e poi nei centri commerciali Oriocenter, Porte Franche di Rovato, e Grande Mela a Sonza (nel Veronese), a Marina di Pietrasanta in Toscana Pinerolo e Saluzzo in Piemonte e le due location nella capitale Roma est e Roma Eur, è arrivata una nuova presenza bergamasca alle Due Torri di Stezzano cui si sono aggiunti i negozi di Trieste e Vicenza. Consolidata negli ultimi anni anche la presenza di Scorpion Bay all'estero: dopo lo show room di Barcellona, è iniziata la «campagna tedesca» con tre aperture: due a Berlino e una a Bocholt, oltre allo store di Tallinn in Estonia.

«Proprio nel momento più acuto della crisi globale - spiega Mistri - abbiamo capito che dovevamo aggredire il mercato attraverso nuovi punti vendita, imponendo la filosofia di un brand che ha radici e suggestioni legate al mito del surf e della California, ma viene prodotto con gusto italiano. Vorrei che tutti si rendessero conto che vestirsi non significa ingolfarsi coprendosi di sempre maggiore quantità di merce mediocre, ma piuttosto godere di una scelta consapevole: una scelta di qualità nel più esteso senso possibile». Così il fatturato, nonostante la recessione è continuato a crescere: «A fine 2010 toccheremo i 20 milioni di euro di fatturato - ricorda il presidente -, sempre in crescita negli ultimi anni (5 anni fa erano 9 milioni, ndr) e un organico passato in poco tempo da 30 a 60 dipendenti».

E accanto all'espansione degli store e alle tecniche innovative nel realizzare tessuti, «esiste anche l'arte degli oggetti d'artigianato che rappresentano il nostro stile», spiega Mistri, che sta pianificando un'alleanza (per ora ancora top secret) con un importante Museo italiano d'Arte Contemporanea dove tra qualche mese, accanto a quadri e sculture d'avanguardia, troveranno spazio le installazioni Scorpion Bay.

Maurizio Ferrari



Il direttore Sancin: «Nel parco l'Ict, l'innovativa frontiera dei servizi informatici» Nuovi partner per Kilometro Rosso



Il Kilometro Rosso a Stezzano

■ «L'Ict, Information and communication technology, è entrato nel nostro parco e si è aperto un nuovo cluster o settore, quello dell'informatica distribuita, cioè la possibilità per le aziende di "affittare" per il tempo necessario programmi o banche dati altrimenti molto costose: questa è una nuova frontiera dei servizi informatici». Lo dice Mirano Sancin, direttore generale e consigliere delegato del parco scientifico Kilometro Rosso, che negli ultimi mesi ha acquisito nuovi partner.

«Il trend è in crescita - prosegue Sancin - nonostante la difficile situazione economico-finanziaria, perché la serietà e la selettività che poniamo nella nostra iniziativa, oltre alla necessità di cambiamento e innovazione che il mercato impone alle aziende, fanno sì che cresca la domanda per accedere al nostro parco scientifico». La struttura ha nel tempo acquisito sempre maggiore riconoscimento, tanto da essersi affermata tra i primi dieci parchi tecnologici in Italia, e la sua visibilità, anche fisica, attira le aziende, «soprattutto - conclude Sancin - quelle medio piccole che non hanno le risorse e le capacità di creare quelle reti e comunicazioni nazionali e internazionali che noi riusciamo ad offrire».

Tra i nuovi partner entrati al Kilometro Rosso negli ultimi mesi ci sono Comark, temporary management per l'internazionalizzazione, Fra.Mar (con un centro di formazione permanente nel settore dell'igiene ambientale e sanificazione degli ambienti), Green Cloud (per la consulenza nell'information technology sostenibile), Ica (società di progettazione e consulenza nel campo ambientale ed energetico), Innovatio (attività di Energy portfolio management e soluzioni di efficienza energetica), Manpower (selezione, formazione e gestione risorse umane), Synesis (consorzio europeo costituito da Cnr, Fraunhofer Institute e Pmi High Tech, per ricerca industriale e trasferimento tecnologico nel settore manifatturiero ad alto valore aggiunto) e Warrant Group (servizi integrati per il sostegno all'innovazione e alla ricerca), che proprio il mese scorso ha inaugurato la sua sede al parco scientifico.

Alessandra Bovilacqua

INDAGINE MANPOWER

IMPRENDITORI: FIDUCIA A METÀ IN UNA RIPRESA IN 2-3 ANNI

Flessibilità, questa la parola che accompagna le 28 pagine di relazione con cui Manpower ha presentato in un incontro al Kilometro Rosso i risultati della sua inchiesta: un'indagine realizzata su un campione di mille imprese, tra grandi e piccole, per tastare la loro fiducia in una pronta uscita dalla crisi. E un po' di ottimismo, a leggere i dati, sembra davvero esserci: il 45% degli imprenditori intervistati è infatti convinto che nei prossimi 2-3 anni assisteremo ad una ripresa del sistema economico e a un generale aumento dei fatturati. Le imprese saranno chiamate a dare prova di disponibilità al cambiamento: soltanto quelle che avranno dimostrato di sapere rimodellare il proprio assetto in funzione delle sfide proposte da uno scenario sempre più globale, usciranno rafforzate. Tra gli aspetti caratterizzanti l'azienda del futuro, un ruolo di primissimo piano spetta alle risorse umane: il 72% degli imprenditori intervistati ritiene importante rivedere le strategie di gestione del personale e altrettanti sono quelli convinti che la valorizzazione del merito e gli investimenti in formazione diventeranno una pregiudiziale per rimanere sul mercato. D'altro canto, per ora, la maggior parte delle imprese dichiara di non prevedere significativi piani di assunzione e sono ben il 78% quelle che considerano il ricorso a contratti di lavoro flessibile come una condizione essenziale per poter mantenere la propria competitività e, quindi, la propria sopravvivenza. Se anche l'innovazione tecnologica sembra rivestire un ruolo importante per la ripresa (per il 91% degli intervistati), comunicazione e marketing se la passano male: sono il 32% gli imprenditori che dichiarano di voler ulteriormente ridurre gli investimenti destinati a questo settore. Restano, invece, gli investimenti volti a migliorare la presenza delle aziende sul web.

Paolo Giovanni Baggi

Torna il bando per valorizzare le azioni di responsabilità sociale di impresa L'ente camerale in cerca di buone prassi

■ La Camera di Commercio di Bergamo prosegue nella sua attività di valorizzazione delle iniziative intraprese dalle imprese bergamasche impegnate in azioni di Responsabilità sociale di impresa (Rsi), attraverso la raccolta delle buone prassi, attuate anche in maniera inconsapevole.

Possono partecipare al bando le imprese di ogni dimensione e di ogni settore, con sede operativa nella provincia di Bergamo, che abbiano realizzato o stiano mettendo in atto comportamenti e iniziative attinenti ai vari campi di applicazione della Rsi oltre la conformità alle normative vigenti. Le azioni, per essere proposte al bando, devono riguardare almeno due dei seguenti sei campi: qualità del lavoro e relazioni con il personale (incluso il capitolo delle pari opportunità e della conciliazione lavoro-famiglia); progetti e iniziative a favore della comunità e del territorio; progetti, iniziative, sistemi di gestione con impatti positivi sulle problematiche ambientali; qualità delle relazioni con i fornitori, partner commerciali, i clienti e i consumatori; innovazione di processo o pro-

dotto - servizio di rilevanza sociale ed ambientale; interventi e iniziative di ristrutturazione aziendale realizzate in coerenza con i principi della responsabilità sociale.

La prassi di Rsi segnalata deve rappresentare, possibilmente, un caso inedito e, sarà data preferenza ai casi che non siano già stati oggetto di iniziative pubbliche quali premi, pubblicazioni o ricerche. La domanda di partecipazione dovranno essere compilate sui moduli predisposti, da inviare tramite posta elettronica a promozione@bg.legal-

mail.camcom.it e a oggetto «Concorso buone prassi Bg10Rs», allegando una scansione del documento di identità del firmatario. Le domande saranno accettate fino al 28 luglio. Il riconoscimento della qualifica di «Buona Prassi Rsi» sarà deliberato dalla Giunta camerale.

L'edizione del 2008 aveva portato il riconoscimento della qualifica di «Buona Prassi Rsi» alla Vitali Spa di Ponte San Pietro, alla Pneumax Spa di Lurano e alla Cassa rurale-Banca di credito cooperativo di Treviglio.

Ente		Lungo		Profilo		Requisiti		Specifiche		Tipologia	
Richiedente		di lavoro		professionale, qualificato e Ccnl		richiesti		del posto di lavoro		rapporto di lavoro	
OSPEDALI		1		AUSILIARIO SPETO SOCIO ASSISTENZIALE (Ccnl Sanità)		Cittadinanza italiana o di Paese Ue		-		TEMPO DETERMINATO	
RIUNITI DI BERGAMO		1		-		Licenza Media Inf.		-		6 mesi	