

Autista del bus ubriaco Rischia il licenziamento, il sindacato non lo molla

L'incidente. Il dipendente di Asf fermato dalla polizia
«Ma in oltre vent'anni non ha mai commesso errori
Adesso può essere spostato ad altre mansioni»

FRANCO TONGHINI

«Un episodio gravissimo, che non vorrei commentare se non per ribadire che la sicurezza, quella dei viaggiatori come quella degli autisti, viene prima di tutto». **Flaviano Romito**, membro della segreteria della Fit Cisl, non si dilunga oltre sulla notizia dell'autista di Asf trovato giovedì poco prima di mezzanotte con un tasso alcolico

di 1,5 al volante di un bus di linea sulla Napoleona, dopo avere tamponato un'auto.

È evidente l'imbarazzo del sindacato che, se da un lato difende i lavoratori, dall'altro insiste da anni proprio sul tema della sicurezza: l'episodio infatti potrebbe costare il posto all'uomo, 54 anni, residente nel Canturino, sposato e con famiglia carico.

Lo ha fatto intendere la stessa Asf, facendo trapelare che le conseguenze saranno proporzionate alla gravità della vicenda: «Verranno presi i provvedimenti del caso», è l'unico commento che giunge dalla società di via Asiago a poche ore dall'accaduto.

I conducenti professionali

A norma di legge, non è ammessa la minima percentuale di alcol nel sangue dei conducenti professionali mentre sono in servizio.

L'alcol test giovedì sera avrebbe dovuto far segnare uno zero tondo, e non l'1,5, un livello che è superiore di tre

volte anche alla soglia di 0,5 consentita ai privati al volante. Identica a quella del sindacato la lettura che viene data da Asf: «Un fatto grave», per il quale non sarà nemmeno necessario effettuare particolari approfondimenti o indagini, dal momento che il tasso alcolemico è stato accertato dalla Polizia stradale subito dopo il tamponamento, mentre l'autobus era ancora in servizio, pur non avendo più passeggeri a bordo (era quasi mezzanotte).

La posizione dell'azienda

Circostanze che hanno fatto scattare la sospensione con effetto immediato della patente, e una denuncia per il reato di guida in stato di ebbrezza.

La stessa azienda ha rimarcato «l'attenzione nei confronti della sicurezza degli utenti». L'autista, da oltre vent'anni dipendente di Asf, è iscritto proprio al sindacato dei trasporti Fit Cisl, e il segretario **Lorenzo Trombetta** avverte che, a norma di



L'autista è stato sottoposto ad alcol test dopo il tamponamento ARCHIVIO

contratto, «il rischio di licenziamento è reale, ma», aggiunge, «nel caso di sospensione della patente lo stesso contratto nazionale prevede comunque una salvaguardia per l'autista, vale a dire che vi è la possibilità di spostarlo ad altre mansioni che non prevedano la conduzione dei mezzi, almeno per tutta la durata della sospensione del permesso di guida, facendo-

gli anche frequentare dei corsi». Il sindacato dunque non vuole abbandonare il lavoratore, «almeno fino a quando non avremo visto tutte le carte, e avremo valutato tutte le posizioni, compresa quella dello stesso autista» dice ancora Trombetta. «Resta invariata - conclude - la nostra posizione in materia di sicurezza, ma i provvedimenti sanzionatori

devono comunque tenere conto del curriculum professionale del soggetto, e non mi pare che risultino nel suo caso, contestazione di tipo disciplinare. Dunque, se c'è stato l'errore da parte del conducente, sarebbe comunque il primo in una carriera immacolata. Anche questo aspetto penso abbia una rilevanza e credo che se ne debba tenere conto».

L'episodio
è avvenuto giovedì
poco prima
della mezzanotte
in Napoleona

Gli è stata
sospesa la patente
ed è stato denunciato
per guida
in stato di ebbrezza

«Imprese tradite» Anche da Como protesta in piazza

Per la crescita. Confartigianato Como parteciperà all'iniziativa per le infrastrutture e contro la manovra «Il reddito di cittadinanza? Disincentiva il lavoro»

MARIA GRAZIA GISPI

Ci sarà anche Como alla manifestazione del 13 dicembre indetta da Confartigianato nazionale e annunciata dal presidente Giorgio Merletti. Si è scelta Milano come città simbolo dalla quale mandare un segnale dal mondo dell'impresa contro la manovra del Governo. La preoccupazione è per una legge di bilancio che alimenta incertezze e ha già provocato una riduzione degli investimenti. Como si trova in linea con l'obiettivo della manifestazione di ridare importanza alle infrastrutture «elemento necessario per essere al passo con i tempi perché non si possono fermare gli strumenti per una crescita del territorio». Ha detto Marco Galimberti, presidente di Confartigianato Como che ha condiviso con il livello nazionale e regionale la proposta della manifestazione, da definire sono le modalità della partecipazione comasca all'evento.

Una scelta che sorprende ma solo in parte, i tempi sono quelli di una mobilitazione del mondo produttivo. A Torino, già protagonista della protesta sì Tav, è stata preannunciata da Confindustria per il 3 dicembre un'altra manifestazione per rilanciare la richiesta di più infrastrutture contro lo stop ai cantieri. Si sta lavorando per allargare le iniziative di protesta ad altre associazioni di impresa.

«Le infrastrutture indispensabili al nostro territorio e che

non vogliamo rischiare di essere depennate dall'agenda di Governo sono le questioni delle quali si parla da tempo - continua Galimberti - la variante della Tremezzina, che ancora non ha un via libera definitivo anche se è già partito un iter per la sua realizzazione, e il secondo lotto della tangenziale che non può fermarsi alla situazione attuale ma va collegato alle altre vie di comunicazione in maniera più seria. C'è la necessità delle imprese di muovere le merci all'in-

terno del territorio e in tutto l'asse della zona nord del Paese la mobilità deve essere resa fluida».

Una protesta contro il Governo da una parte della società che si riteneva fosse oggi rappresentata eppure costi e benefici della legge di bilancio 2019 non sono a pareggio neanche per le categorie tradizionalmente vicine alle forze politiche più conservatrici. «Non è tanto una manifestazione contro il Governo, quello politico è un aspetto che ci interessa relativamente - spiega Marco Galimberti - noi sosteneremo le questioni che ci stanno a cuore. Quando serve abbiamo dimostrato di essere capaci di muoverci e di dare voce alle nostre aziende. Oggi le scelte che ci preoccupano sono quelle relative alla mobilità sui nostri territori».

Non è una manifestazione pro o contro le forze di governo ma contro una precisa questione. La dimensione politica interessa poco, interessa piuttosto l'aspetto concreto di alcune scelte, mentre altre decisioni vanno nella direzione dell'Italia che produce. Quali? «La semplificazione delle imposte: la flat tax per le partite Iva e i professionisti che fatturano fino a 65 mila euro». E il fatto che non ci sono risorse per le grandi opere e per le infrastrutture non è una risposta sufficiente? «No, perché magari si può provare a tagliare sui redditi di cittadinanza che probabilmente servono solo a



Giorgio Merletti

■ Gli artigiani chiedono più cantieri per la mobilità e meno burocrazia

■ «La politica non ci interessa Difendiamo l'interesse delle aziende»



Marco Galimberti, presidente Confartigianato Como



A Torino la manifestazione a favore della Tav

disincentivare le persone a cercarsi un lavoro e a essere propositivi per il proprio futuro. Su questa partita di interventi sussidiari siamo sempre stati molto scettici. Piuttosto che allocare risorse su un reddito di cittadinanza andiamo a investire su in-

terventi che possano portare il lavoro alle persone. Non è solo una questione economica, il lavoro contribuisce alla dignità di uomini e donne. Per questo dovremmo fare in modo che le persone possano trovare un lavoro e non un reddito e basta».

LA PROVINCIA
LUNEDÌ 26 NOVEMBRE 2018



IMPRESE & LAVORO



«Non c'è buona economia senza buoni imprenditori» PAPA FRANCESCO

IL BENESSERE DEI DIPENDENTI È LA MISSION DELL'AZIENDA

Il caso di Sintetica, azienda farmaceutica di Mendrisio dove il benessere del personale è messo al primo posto. Benefit, bonus per il car pooling, smart working e in orario di lavoro si va a fare la spesa con l'e-bike aziendale

ENRICO MARLETTA

Entri nella hall e trovi giornali, caffè, pasticcini e un banco di frutta fresca, ovviamente km0. Si capisce subito, anche dai dettagli, di trovarsi in un'azienda speciale e del resto non è un caso se Sintetica si è guadagnata sul campo il fregio di "great place to work", il luogo in cui chiunque vorrebbe lavorare. Un titolo che, al di là dei riconoscimenti formali, la storica azienda farmaceutica, la più antica del Canton Ticino avviata nel 1921, si è guadagnata sul campo attraverso la soddisfazione dei dipendenti - attualmente 140 nella sede principale di Mendrisio, metà dei quali frontalieri - che viene misurata ogni anno e che raggiunge il 95%, ma soprattutto attraverso un'organizzazione e un pacchetto di interventi a misura di singolo lavoratore che hanno pochi uguali, in Svizzera ma anche in Italia.

Modello "uomocentrico"

L'azienda svizzera definisce il proprio modello con l'espressione "uomocentrico", il focus è la persona e non è difficile comprendere perché chi viene assunto ha un tasso di fedeltà aziendale altissimo. In altre parole quando si riesce ad entrare è raro prendere la porta in uscita e quando lo si fa non avviene a causa di una propria insoddisfazione professionale.

Giusto per citare alcune delle azioni più significative contenute nel bilancio di responsabilità: contributi per gli asili nido, incentivi per la mobilità sostenibile (al dipendente è assicurato un bonus di 50 franchi al mese e un parcheggio riservato se organizza il car pooling per lo spostamento casa-lavoro, oppure è riconosciuto il rimborso di una parte dell'abbonamento ai mezzi pubblici), flessibilità nell'orario di lavoro (non si timbra il cartellino e capita di frequente che qualcuno dei dipendenti, in orario di lavoro, inforchi l'e-bike aziendale per andare a fare la spesa in uno dei supermercati della zona), progetti consolidati di smart working (è riconosciuta la possibilità del lavoro da casa per più giorni la settimana, ma senza vincoli di orario e con una reperibilità molto flessibile). E ancora: la palestra gratuita a due passi dalla sede dell'azienda e un food truck appena fuori dallo stabilimento in cui, a pranzo, vengono preparati



Un'azienda antica e in rapida crescita: dipendenti aumentati del 50% negli ultimi anni

piatti preparati al momento, ovviamente Km0. Benefit ma anche politiche avanzate di tutela della famiglia con il riconoscimento di un congedo di paternità soprattutto, sino a tre giorni di assenza mensile, senza certificato medico, in caso per accudire un figlio malato. Il tutto anche nel caso di unioni di fatto, coppie dello stesso sesso comprese.

L'ispirazione

«Great place to work è una filosofia alla quale ci ispiriamo e che cerchiamo di mettere in pratica nei principi generali e nella situazione personale di ogni singolo lavoratore» spiega Daniele Fontana, responsabile delle risorse umane, assunto in Sintetica con la mission di sviluppare un'organizzazione basata sulla sostenibilità. Poco meno del 50% dei dipendenti, a Mendrisio, è fatto da donne, molte di loro hanno colto la possibilità di lavorare da casa utilizzando una postazione allestita dall'azienda stessa. «Chiediamo reperibilità ma senza forzature - aggiunge Fontana - se chiamiamo e sei fuori per delle commissioni o per qualsiasi altro motivo, non c'è problema, basta sentirsi in un arco ragionevole di tempo. Poter conciliare famiglia e lavoro è fondamentale per essere per-

sone soddisfatte e motivate. Le nostre linee guida sono gli obiettivi». Tanto il welfare è tailor made che il bonus per la mobilità è stato riconosciuto persino a un dipendente che abita nella vicinanza e che di norma va in ufficio a piedi. «In generale siamo molto soddisfatti per i risultati registrati nel campo della mobilità - continua Fontana - quello del traffico generato in particolare dai lavoratori frontalieri è un grave problema in-

nanzi tutto ambientale e nel nostro piccolo crediamo di avere fatto una buona azione più del 50% (70 su 140) dei nostri dipendenti utilizza mezzi alternativi all'auto privata per lo spostamento casa-lavoro». Metà dei collaboratori è frontaliere, moltissimi i curricula spediti dall'Italia e non solo dalle province di confine: «Ci arrivano candidature da ogni regione italiana e molto spesso si tratta di persone con un profilo di altissimo livello - conti-



LA SCHEDA
Augusto Mitidieri
IL PREMIO
Sintetica è stata di recente indicata "Azienda farmaceutica europea dell'anno" da Business Worldwide Magazine. «Il Ceo di Sintetica, Augusto Mitidieri - si legge nelle motivazioni - sta guidando l'azienda in un nuovo modello di business che incoraggia modalità operative di tipo collaborativo ed orizzontale combinando le soluzioni tecnologiche più avanzate con un approccio orientato al posizionamento dell'essere umano al centro»

nua Fontana - persone motivate e disponibili a trasferirsi magari a ridosso del confine pur di lavorare da noi, in molti casi è davvero difficile dire di no». Chi ha ispirato il modello Sintetica è un manager di origine italiana, si chiama Augusto Mitidieri: «Se mi capita di vedere un mio dipendente prendere la bici elettrica e andare a fare la spesa in orario di lavoro - ha dichiarato a Repubblica - non mi arrabbio affatto, il nostro obiettivo è quello di far vivere bene il personale e siccome il lavoro impatta su gran parte della giornata sarebbe impossibile immaginare una buona qualità di vita in assenza di condizioni di lavoro ottimali».

Misure anti stress

Spesa in orario di lavoro ma anche il calcio-balilla per scaricare lo stress con i colleghi. «La questione fondamentale - ha detto ancora Mitidieri - non è il minutaggio ma la qualità del lavoro». Il modello organizzativo è di tipo orizzontale e punta al coinvolgimento di tutti i collaboratori attraverso la loro responsabilizzazione. «Solidarietà, rispetto per l'individuo, gerarchia appiattita, atmosfera amichevole ci caratterizzano e stimolano il potenziale della nostra gente» dice di sé Sintetica.

L'uomo al centro è il mantra dell'azienda che ha una lunga storia alle spalle e negli ultimi anni si è rapidamente sviluppata con una crescita dei collaboratori di circa il 50%, quasi trecento in tutto tra il headquarter di Mendrisio, nella moderna sede in località San Martino, dietro il Foxtown, e il sito di Courvet, nel Canton Neuchâtel, a due passi dal confine con la Francia, e le sedi di Münster in Germania e di Londra.

Sintetica è una realtà relativamente piccola (60 milioni di euro il fatturato dello scorso anno) rispetto ai colossi svizzeri del settore farmaceutico, ma oggi leader sui mercati internazionali nell'ambito dei farmaci iniettabili per solo uso ospedaliero, utilizzati nella terapia del dolore: analgesici, anestetici locali e narcotici. Lo scorso settembre Sintetica ha ricevuto il titolo di "azienda farmaceutica dell'anno" da Business Worldwide Magazine in virtù dell'alta qualità del business proposto. «Il Ceo Augusto Mitidieri - si legge nelle motivazioni della giuria - sta guidando l'azienda in un nuovo modello di business che incoraggia modalità operative di tipo collaborativo e orizzontale, combinando le soluzioni tecnologiche più avanzate con un approccio orientato al posizionamento dell'essere umano al centro».

Niente gerarchia

Una visione che ha generato una rivoluzione di tipo culturale a livello innanzi tutto di management. Uno degli obiettivi principali, ad esempio, è quello di superare il concetto di controllo/comando per favorire la crescita in autonomia dei singoli collaboratori: «Il contesto aziendale, dinamico e fortemente innovativo in termini di idee, progetti, prodotti e soluzioni operative/gestionali, mal si concilia con la logica della gestione delle persone basata su definizione e controllo delle attività - si legge nel codice etico dell'azienda - Molto di più si sposa con un approccio imperniato sulla responsabilizzazione delle persone verso obiettivi chiari, con esercizio di maggiore delega e autonomia nella gestione delle proprie mansioni. I manager, quindi, devono passare da un ruolo marcatamente di comando/controllo a uno più di "coach", gestore di persone, teso a valorizzare i talenti, attraverso la delega e la responsabilità sui risultati, e a premiarne il merito».

LA SCHEDA

«Così si lavora meglio»



L'headquarter

I bonus per la mobilità
Nella sede principale di Sintetica a Mendrisio, località San Martino, lavorano 140 persone, metà delle quali sono frontalieri che risiedono principalmente in provincia di Como. I pendolari sono incentivati a utilizzare mezzi pubblici e car pooling.



Nella hall

Benessere e salute
Nella hall dello stabilimento di Mendrisio, i dipendenti hanno a disposizione un banchetto con succhi e frutta fresca km0 per i momenti di pausa. C'è inoltre la possibilità di utilizzare gratuitamente una palestra situata vicino allo stabilimento.



La ricerca

*Innovazione tecnologica
Italia indietro sulla formazione*

Solo il 60% delle aziende italiane investe in formazione, contro una media europea del 73%. Sono alcuni dei dati emersi in occasione dell'evento organizzato a Roma da Fondirigenti, il fondo interprofessionale creato 20 anni fa da Confindustria e

Federmanager, dal titolo «Diamo un futuro». L'incontro ha posto al centro il ruolo del millennial e del reverse mentoring nell'era dell'Industria 4.0. Mancano manager esperti in big data, cybersecurity, marketing digitale, automazione di processo.

«Questo dato di fatto conferma l'importanza di puntare ancora su Industria 4.0 senza depotenziare strumenti che hanno avuto effetti positivi sull'economia reale proprio adesso che occorre raccogliere i frutti degli investimenti fatti».

Il robot non fa più paura Solo il 20% dei lavoratori contrario all'automazione

Il rapporto. Prima indagine della Doxa sull'impatto nel settore industriale. Un terzo delle imprese più avanzate ha aumentato il numero dei dipendenti

STEFANO CASINI

Il robot visto da vicino, all'opera, nelle aziende e nelle linee di produzione, non fa paura. Anzi. Robotica e Intelligenza artificiale piacciono, e molto, alle imprese e ai lavoratori che li usano. Con giudizi e valutazioni che a qualcuno, innanzitutto ai moderati "luddisti" che contestano l'innovazione in fabbrica, potrebbero sembrare sorprendenti: questi sistemi hi-tech sono addirittura più apprezzati dagli operai che da quadri e colletti bianchi. Perché alla prova dei fatti è ancora più facile comprendere quale e quanti vantaggi l'evoluzione dell'automazione industriale possa portare, ai risultati dell'azienda, da un lato, e al lavoro degli operatori, dall'altro. Suggestioni, diffidenze e resistenze, nei confronti dei robot, restano invece più forti e diffuse tra chi non ha esperienza diretta sul campo. In pratica, "spaventano" soprattutto chi non li conosce.

Lo scenario

Ecco i numeri che, come sempre, descrivono lo scenario in maniera efficace: nelle aziende non ancora robotizzate, il 48% dei lavoratori è favorevole all'utilizzo di robot e Intelligenza artificiale (AI), uno su cinque (il 20%) è contrario, mentre uno su tre (32%) non ha ancora un'idea precisa in merito. Percentuali, e orientamenti, che cambiano molto invece nelle aziende già robotizzate, dove



Automazione diffusa in un terzo delle imprese italiane

quindi si può esprimere un giudizio più ponderato, basato sull'esperienza concreta: qui, il totale dei lavoratori favorevoli all'uso di robotica e Intelligenza artificiale sale al 67%, mentre meno di uno su dieci (l'8%) si dice contrario, e uno su quattro (25%) non ha ancora idee chiare, non si sbilancia. Sono i risultati del primo rapporto su "Robot, Intelligenza artificiale e Lavoro in Italia", promosso da Aida, e realizzato da Doxa. Uno studio sui imprenditori, manager lavoratori, e loro atteggiamenti nei confronti di queste innovazioni, che è stato illustrato nel corso di un recente convegno organizzato presso la sede mila-

nese di Ucinio - Sistemi per produrre. Ma, in più, e questa per certi versi potrebbe essere la sorpresa, tra i lavoratori di aziende già robotizzate i giudizi positivi, su queste soluzioni hi-tech, sono maggiori tra gli operai (per il 78% del totale, rispetto a quelli, sempre alti, di quadri (66%) e impiegati (60%). In pratica, quelle che una volta erano le tute blu "promuovono" robot e Intelligenza artificiale in azienda più dei colletti bianchi che stanno in ufficio. E questo perché molti operai e addetti alle funzioni più operative, che hanno sperimentato in prima persona i cambiamenti portati dalle nuove tec-

nologie nelle linee di produzione, apprezzano il fatto che i robot possano svolgere le mansioni più pesanti, ripetitive, pericolose. Mentre i Cobot, i robot collaborativi, che affiancano gli operatori, riescono ad agevolare le loro attività. «Dove si colloca il robot, il lavoro cambia e si evolve», sottolinea Arturo Baroncelli, past president di Ifil, la federazione internazionale della robotica, che monitora il settore all' livello mondiale - «le paure collegate a queste innovazioni tecnologiche non hanno motivazioni concrete».

Gli effetti

Analizzando i casi di mille lavoratori impiegati in realtà con oltre 10 dipendenti che già utilizzano questi strumenti, emerge che il 39% del totale (mettendo insieme quadri, impiegati e operai) ha un giudizio positivo riguardo gli effetti della robotica sull'attività lavorativa, solo il 7% esprime una valutazione negativa, mentre per il 29% non ha influito, e il 25% ritiene che abbia avuto ricadute sia positive, sia negative, in ambiti diversi.

Più nel dettaglio, l'innovazione di questi sistemi ha portato effetti positivi sulla qualità del lavoro (nel 31% dei casi), sull'efficienza (21,5%), sulla velocità delle operazioni (19%), sulla produzione (12%), sulla sicurezza (5,6%), sull'informaticizzazione (4%). «Raffrontando invece giudizi e opinioni tra vertici aziendali e dipendenti, sempre all'interno di aziende

L'avanzata delle macchine

89%
Credono che i robot e l'intelligenza artificiale non potranno mai sostituire del tutto il lavoro delle persone e hanno un impatto migliorativo del lavoro

61%
È pronto ad introdurre sistemi di intelligenza artificiale e robot nelle proprie organizzazioni

Secondo le rilevazioni di Unioncamere 1 assunzione su 3

ha richiesto capacità di gestire e applicare tecnologie 4.0

Il 34,2% delle oltre 4 milioni di ricerche di personale programmate si è indirizzata verso profili professionali con competenze 4.0

Fonte: Primo rapporto dell'Asso, «azione italiana per la direzione del personale (Aidg) - L'abito 2018 a cura di Doxa su "Robot, intelligenza artificiale e lavoro in Italia"



«I timori legati all'innovazione tecnologica sono infondati»



Gli addetti in produzione più favorevoli degli impiegati

già robotizzate e con oltre 10 addetti», rimarca Massimo Sumbresi, Head of Doxa marketing advice, «l'83% di imprenditori e manager, e il 69% dei lavoratori, "promuovono", con buoni voti, robotica e AI. Solo una minima parte, il 3% in entrambi i casi, dà una valutazione finale negativa. Mentre il 15% di imprenditori e dirigenti, e il 28% degli addetti, dà un giudizio neutro, né positivo né negativo».

In Italia circa il 30% delle aziende utilizza sistemi, soluzioni e processi basati sull'impiego dei robot. «Di queste, quasi un terzo ha aumentato il numero di dipendenti, mentre appena il 5% dichiara di aver ridotto in modo significativo il proprio personale», os-

Tecnologia e capitale umano L'equilibrio ritrovato

Le esperienze

I casi di Spumador, storica azienda del beverage e di Rpe che produce elettrolvalvole

Tra robot e uomini non c'è una guerra, sul territorio di Como. L'automazione è diventata una realtà, e non certo solo da quando è entrato in azione il Governo con la misura Industria 4.0. Anzi prima an-

cora che si diffondesse questa definizione (con annessi gli incentivi), che viene dalla Germania: ma in Italia, prima di parlarne, si praticava già da tempo.

Con un equilibrio che mostra la vera peculiarità dell'investimento tecnologico nelle nostre aziende oggi. L'uomo resta centrale e se scarica alcune funzioni, come pure alcune fasi della giornata (si pensi alle notti) sulla macchina, resta il

fulcro delle scelte e della programmazione.

Un concetto che si respira ad esempio alla Spumador di Cadorago. Certo, oggi pensando alla capacità di produrre anche 90 mila bottiglie all'ora, non si può non inchinarsi all'industria 4.0. Ma in senso pieno, cioè con il fattore umano che è il perno. Infatti, in quest'azienda che è sbocciata alla fine dell'Ottocento con una gazzosa già in grado di conquistarsi la

sua strada e aprire quella dell'immaginario collettivo alla Spuma Nera, si è riusciti quasi a raddoppiare la produzione arrivando a un miliardo e 124 milioni di bottiglie all'anno. Ma dietro questo successo c'è molto altro, macchine a parte: tre persone eseguono l'analisi del controllo qualità, un team di sei unità è dedicato a ricerca e sviluppo. E forte qui è il senso di appartenenza.

Alla Rpe di Carbonate, che produce elettrolvalvole per piccoli elettrodomestici, l'automazione è già una realtà da un pezzo. Ma anche un cammino che non finisce mai, come ha sempre sottolineato il consigliere delegato Florinda Ravazzani. Nell'azienda fondata

da papà Giuliano ci sono i robot, l'obiettivo è però implementare sempre le tecnologie. Altri automi arriveranno ad esempio nella nuova sede. E la grande sfida è collegare le macchine da stampare e il software. Un processo che è stato portato avanti grazie anche alla contaminazione con il Parco tecnologico scientifico Como Next. A Lomazzo, si è lanciato il progetto Ramp Up per incentivare l'innovazione nelle imprese del territorio e sta nascendo anche il dimostratore di fabbrica 4.0.

I robot sono per tutti, anche per le aziende medie e quelle piccole. Alla Techno di Guanzate, da anni di notte ci pensano loro a lavorare. Il reparto di

produzione oggi funziona sulle ventiquattro ore, perché il terzo turno è robotizzato: l'uomo può dormire tranquillo.

Piccoli e piccolissimi, attività storiche e giovani. Ricordiamo che all'Expo di Astana a portare un robot è stata la startup Iariona Caracal. E tornando al modello di impresa familiare, con radici nel territorio di generazione in generazione, c'è l'officina Maier-Giovanni Magni di Erba. Pure qui il robot svolge il suo compito la domenica, concedendo un po' di tregua agli umani. Anche se poi Francesco Magni confessa che a una passeggiata predilige un altro gesto di lavoro nell'era digitale: dialogare con i clienti stranieri via whatsapp. **M. Lusa**

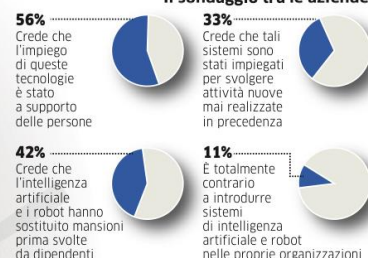
48%



L'ingresso delle macchine

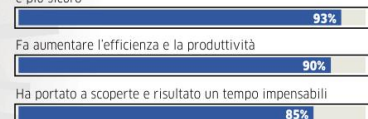
Nelle aziende non ancora robotizzate, il 48% dei lavoratori è favorevole all'utilizzo di robot e Intelligenza artificiale (AI), uno su cinque (il 20%) è contrario, mentre uno su tre (32%) non ha ancora un'idea precisa in merito

Il sondaggio tra le aziende

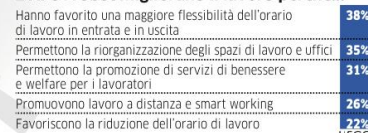


Le ragioni che spingono le aziende ad introdurre sistemi 4.0

Il loro utilizzo rende il lavoro delle persone meno faticoso e più sicuro



L'AI e i robot migliorano il lavoro perché...



serva. Sumeresi: «L'introduzione dei robot ha determinato una sensibile riduzione dei carichi di lavoro per aziende su 4, oltre il 70% dei lavoratori dichiara di aver notato un miglioramento delle condizioni di sicurezza nel lavoro».

Chi già utilizza soluzioni di robotica e Intelligenza artificiale, «riscontra benefici in termini di produttività, efficienza e continuità della produzione», fa notare Baroncelli, «ma anche in termini di sicurezza sul lavoro, di mansioni attività più pesanti, ripetitive, pericolose, a basso valore aggiunto, che vengono trasferite sulle macchine. Mentre il personale può essere dedicato a compiti diversi, a più alto valore aggiunto e meno meccanici. Certo, con l'im-

piego dei robot in azienda, per determinati addetti il lavoro quotidiano può e deve cambiare, e per molti l'ostacolo maggiore resta la capacità di adattarsi alla novità e al cambiamento». Queste nuove tecnologie, rendendo disponibili per i lavoratori maggiori informazioni, e offrendo strumenti di comunicazione rapida, «avvicinano il ridisegno delle mansioni, il ridimensionamento delle gerarchie di basso livello, perché si instaurano forme di comunicazione diretta tra operai e le funzioni aziendali, saltando i capi intermedi», rileva Lino Codara, docente di Sociologia dell'organizzazione all'Università di Brescia, «e portano a nuove forme di coordinamento di tipo orizzontale».

La trasformazione Hi-Tech corre, con quali effetti sul lavoro nelle aziende? Ovviamente l'automazione ha tolto e toglie anche dei posti di lavoro, ma sono in genere quelli più faticosi, pericolosi, a basso valore aggiunto. E, allo stesso tempo, ne crea altri più qualificati, e meglio pagati. Anzi, a conti fatti, e in un quadro generale, possiamo dire che ne crea più di quelli che elimina.

In che modo?

Perché vediamo che le aziende più innovative, e automatizzate, sono anche quelle che crescono di più, fatturano di più, espandono le attività. E quindi assumono più personale per mansioni diverse e più qualificate.

Qual è la situazione, e la tendenza, della robotica, al livello internazionale?

La diffusione dei robot industriali nel mondo continua ad aumen-



Domenico Appendino

La trasformazione Hi-Tech corre, con quali effetti sul lavoro nelle aziende? Ovviamente l'automazione ha tolto e toglie anche dei posti di lavoro, ma sono in genere quelli più faticosi, pericolosi, a basso valore aggiunto. E, allo stesso tempo, ne crea altri più qualificati, e meglio pagati. Anzi, a conti fatti, e in un quadro generale, possiamo dire che ne crea più di quelli che elimina.

Chi guida questo mercato?

La Cina è nettamente il primo Paese per robot acquistati e installati, con una quota del 36% a livello mondiale. Seguita dal Giappone, con il 12%, ed alla Corea del Sud, al 10% del totale. La crescita mondiale prevista per il



La Cina è prima nel mondo L'Italia si colloca al decimo posto

2018 è di un altro 10%, pari a 420 mila nuove unità. E si stima un ulteriore incremento medio annuo del 14% fino al 2021.

In Italia le cose come stanno andando?

Risultati ottimistici anche per l'Italia, con 7.700 robot installati nel 2017, pari al +19% sul 2016, una crescita più che doppia rispetto alla Germania, e tripla rispetto agli Stati Uniti. E l'incremento a fine 2018 è previsto addirittura superiore ai livelli dello scorso anno. Del resto, nel primo semestre 2018, in Italia il balzo del mercato è stato del 31%, con 5 mila robot industriali venduti, rispetto ai 3.800 del primo semestre 2017.

E per quanto riguarda la "densità" dei robot nelle aziende, vale a dire quante ne contano ogni 10 mila addetti?

Per diffusione dei robot rispetto ai lavoratori, a guidare la classifica mondiale è la Corea del Sud, con una media di 710, seguita da Singapore, con 658. L'Italia è decima, con 190 robot ogni 10 mila lavoratori.

Una diffusione favorita anche dalla diminuzione dei costi rispetto al passato.

In buona misura, sì. In passato, la robotica era più diffusa nelle grandi aziende, ma oggi, con la progressiva riduzione dei costi e lo sviluppo della robotica collaborativa, questi strumenti Hi-Tech entrano sempre di più anche nelle aziende più piccole. Con un ritorno sugli investimenti anche più rapido.

Per esempio?

Negli Anni Ottanta, per dare

un'idea orientativa, i tempi di ammortamento e rientro dei costi per un robot si aggiravano intorno a un paio di anni. Adesso, per un robot collaborativo di dimensioni ridotte, il rientro dei costi riesce a raggiungere anche in circa sei mesi dall'implementazione in azienda. Per le tipologie più costose, ovviamente, i tempi di ammortamento restano più lunghi.

Oggi si parla sempre più, in questo ambito, di un "operaio aumentato". Vale a dire?

È un operaio creativo, coinvolto, responsabile. In grado di gestire dati, affrontare il "Problem solving" e di collaborare direttamente con i responsabili delle funzioni di staff. Gli studi e le ricerche sul campo ci dicono che nelle realtà più evolute i lavoratori mostrano anche livelli più alti di soddisfazione. E ancora più dell'arricchimento delle mansioni nella polivalenza, ciò che pare interessare ai lavoratori è essere coinvolti nelle decisioni che riguardano il proprio lavoro.

In questo quadro, formazione e aggiornamento professionali sono fondamentali...

Viviamo in un contesto economico e tecnologico che si evolve molto più in fretta rispetto al passato, e cambiando il mondo del lavoro, il fulcro è la formazione. Una formazione che non deve illudere di insegnare un mestiere per tutta la vita, ma che fornisce gli strumenti adeguati per risolvere problemi e criticità nuove. Insieme alla possibilità di aggiornarsi, perché sarà fondamentale la flessibilità e la capacità di adattarsi ai cambiamenti. **S. Cas.**

Macchine per l'industria 4.0 «È una strada obbligata»

Il caso

La Sovereign di Civate è specializzata nella produzione di impianti ad alto tasso di automazione

«Automatizzare i processi produttivi non è più una scelta, ma un obbligo. Soprattutto in Italia, Paese in cui se un'azienda, per raggiungere una produzione elevata con costi competitivi, non ha gli stru-

menti giusti non ha speranza di farcela. E non è vero che così si distrugge il lavoro umano». A dirlo è Ermete Cirelli, alla guida della Sovereign di Civate, un imprenditore che conosce a fondo le logiche dei suoi clienti, imprese che gli commissionano macchine speciali ad alto tasso di automazione industriale per svariate settori produttivi.

Fondata nel 1972 da Pietro Sozzi l'azienda realizza macchine in esemplari unici disegnate,

progettate e fabbricate su specifiche esigenze dei clienti.

Il mercato di Sovereign è quasi tutto italiano, con una parte di esportazioni in Germania e proprio lo sviluppo del programma 4.0 aiuta gli ordini dell'azienda che opera con 20 dipendenti, fra cui ingegneri, periti industriali, operai specializzati come fresatori e tornitori. «Per ora - ci dice l'imprenditore - le cose stanno andando bene, abbiamo clienti fidelizza-

ti e con gli ordini siamo coperti per un periodo di 6-8 mesi».

Cirelli è un testimone privilegiato di quel processo di industrializzazione 4.0 che sta cambiando le imprese, il mondo del lavoro e quello della formazione. «La tendenza dell'industria - ci dice Cirelli - ormai è quella di raggiungere livelli di automazione sempre più elevati per macchine che oltre a costruire il prodotto scartando alla perfezione eventuali errori lo devono controllare e certificare. L'automazione e la digitalizzazione - aggiunge - stanno cambiando le imprese e con esse anche le competenze dei lavoratori, perché un conto è assemblare a mano i pezzi, mentre serve invece tutt'altra preparazione

per seguire una macchina da assemblaggio ad alta tecnologia. Siamo in un mondo produttivo ormai interconnesso, perciò, per quanto ci riguarda, anche i nostri dipendenti sono tutti formati a un certo livello. Lavoratori generici non ne abbiamo».

L'azienda cerca i migliori tecnici attraverso le scuole o le agenzie per il lavoro, li prova con contratti di qualche mese alla ricerca del requisito che per Cirelli vale più dell'esperienza: «In loro - ci dice l'imprenditore - guardiamo più che le capacità finali, la forza della motivazione ad impegnarsi. Cerchiamo di verificare quanto siano attratti dallo specifico tipo di lavoro. Chiarti questi punti, investia-

mo parecchio sui ragazzi con la nostra formazione interna, che non può essere che continua visto che ogni macchina è un'innovazione a sé». E sottolinea che per l'azienda si tratta di «un investimento vero, dal momento che, se assumiamo ad esempio un programmatore sappiamo in partenza che per un anno sarà impegnato quasi esclusivamente in formazione, mentre servono almeno un paio di anni prima che riesca ad essere un po' autonomo. Sappiamo bene - conclude - che la macchina non risolve tutto e che la differenza sta nella volontà delle persone e nel loro modo di dedicarsi al lavoro. Perciò quelli bravi non li lasciamo andare».

M. Dal.

Logistica

Aumentare la produttività



Il progetto

Modello di valutazione per agevolare le aziende

La gestione del magazzino da pianificare come strategia dei risultati aziendali, determinante nello stabilire la qualità della logistica di un'impresa. Un dato, quindi, da misurare soprattutto alla luce della sempre maggior diffusione del commercio elettro-

nico, la cui efficienza è strettamente legata alle attività di magazzino. A monitorare la situazione e ad affiancare progetti per dotarsi di un "magazzino a 5 stelle" è la Liuc attraverso l'Osil, l'Osservatorio sull'Immobiliare Logistico. Con sei mesi di vita e 100 magazzini censiti

nel primo semestre 2018, per oltre due milioni di metri quadri, il giovanissimo Osservatorio valuta in modo immediato, da 1 a 5 stelle, come per gli hotel, la qualità dei magazzini attraverso un modello di valutazione sviluppato insieme a grandi player del real estate.

ANCHE I MAGAZZINI A CACCIA DI STELLE

Il progetto di un punteggio alle strutture dell'Osservatorio logistica Liuc. Nelle prime cento strutture censite quelle della cintura comasca e di Lecco

MARIA G. DELLA VECCHIA

Mappare i magazzini per la loro qualità, offrire alle imprese uno strumento gratuito per potersi dare le stelle, come gli hotel, fino ad arrivare a farcele certificare attraverso rigorose verifiche.

È questo, in sintesi, il progetto del nuovissimo Osil, l'Osservatorio sull'immobiliare logistico dell'università Liuc fondata da Fabrizio Dallari, professore Ordinario di Logistica e Supply Chain Management all'università Liuc, dove è anche direttore del Centro sulla Supply Chain, Operations e Logistica.

Dopo i due milioni di metri quadrati censiti nei primi sei mesi di quest'anno, con la nascita dell'Osservatorio, Dallari conta di arrivare a censire nel giro di pochi anni circa cinquanta milioni di metri quadri coperti di magazzini per la logistica, e anche di dare il via, a partire dal 2019, a un processo di internazionalizzazione dell'Osservatorio.

Sui primi 100 magazzini censiti ce ne sono anche di lariani, a Grandate e Fino Mornasco per il Comasco, al Bione per la provincia di Lecco. Strutture con caratteristiche diverse, ma unite dal filo rosso della necessità di mettersi al passo con le nuove tecnologie per essere più competitive e conquistarsi quel punteggio "a 5 stelle" da parte dell'Osil, una certificazione di valore che stabilisce la qualità della logistica di un'azienda e



Fabrizio Dallari, docente di Logistica alla Liuc

che si ispira a grandi modelli internazionali con un forte tratto di sostenibilità.

Professor Dallari, qual è la situazione delle strutture lariane entrate nell'indagine dell'Osservatorio? Lecco ha per sua natura una fortissima vocazione manifatturiera, più che prevalentemente logistica, data dalla fabbrica con annessi i propri spazi di stoccaggio. La logistica segue invece un modello di ampi spazi, spesso non collegati fisicamente all'attività produttiva. In tal senso l'area di Como appare più vocata per via di un insediamento industriale con caratteristiche diverse da Lecco. A Como ci sono tante realtà, cito la Mantero Seta, ma non solo, che per logica di outsourcing o

per aver demandato parte della produzione all'estero hanno bisogno di gestire scorte in Italia e stoccarle in strutture a sé stanti. Come ha maggior bisogno di tali spazi rispetto a Lecco, territorio più legato a un'industria pesante dove l'outsourcing è meno possibile, rendendo il magazzino tutt'uno con la produzione.

Ci sono altre ragioni per Como, forte polo manifatturiero, rispetto a Lecco nello stabilire strutture logistiche?

Sì, e sta nel fatto di essere varco di collegamento con la Svizzera. Molte aziende si insediano in capannoni di stoccaggio temporaneo prima delle esportazioni oltre confine e hanno bisogno di magazzini di elevata qualità.

Da ciò è nata l'idea, da parte del nostro Osservatorio, sia di contare i magazzini sia di dar loro una valutazione a stelle, come per gli alberghi. Diamo un punteggio tanto più importante quanto più il magazzino non è solo una scelta strettamente aziendale ma anche struttura da affittare sul mercato.

E se si scopre che le proprie stelle sono poche?

Capire il distacco è importante e il gap può essere colmato, con adeguamenti che si possono definire con i nostri ricercatori.

Progettare un bel magazzino, crearlo e metterlo sul mercato. Come si inserisce l'Osservatorio in questo processo?

Si inserisce in due step: primo, si va sul nostro sito web osil.it e si verifica attraverso apposito questionario il numero delle proprie stelle. Se esce un punteggio alto può chiamarci per un sopralluogo e per le misure di rilevazione che permetteranno di asseverare la qualità. Da un lato, dunque, facilitiamo la certificazione e dall'altro poniamo una garanzia.

Esistono standard generali a cui si riferisce la certificazione dell'Osservatorio?

A livello internazionale ci siamo ispirati a modelli di certificazione fortemente improntati alla sostenibilità d'impresa. Esistono due grandi standard, Leed e Breeam, con cui è possibile certificare la sostenibilità ambientale di un immobile, se-

Il censimento dei magazzini

OSIL - Osservatorio sull'Immobiliare Logistico

A COSA SERVE

Sviluppare un modello di valutazione oggettivo:

- della qualità
- delle prestazioni
- del grado di funzionalità del proprio magazzino



È possibile valutare il proprio magazzino, in termini di:

- il livello di qualità dell'immobile attribuendo da 1 a 5 stelle
- il grado di compatibilità a svolgere le funzioni logistiche tipiche di un magazzino di stoccaggio o una piattaforma distributiva

COME FUNZIONA

4 ambiti di valutazione



Questionario on-line costituito da 50 domande a risposta chiusa



Il modello consentirà di ottenere come risultato:

- Il livello di qualità complessivo e relativo ad ogni ambito di valutazione
- Il grado di compatibilità dell'immobile (%) a svolgere la funzione di magazzino di stoccaggio, piattaforma cross-docking o in alternativa «ibrido»



«Piattaforma web per richiedere la certificazione del punteggio»



«Le imprese più innovative hanno bisogno di una logistica 4.0»

condo i quali più che le qualità materiali e intrinseche dell'immobile viene valutata la loro compatibilità rispetto all'ambiente. Abbiamo voluto su questa base costruire un modello del tutto innovativo, tanto che nel 2019 un nostro ricercatore andrà in Inghilterra come primo passo del processo di internazionalizzazione del nostro Osservatorio. Vogliamo testare il nostro modello anche su una serie di capannoni prima in Inghilterra e poi su altri Paesi europei.

Datate l'istri la Liuc conduce un centro di eccellenza sulla logistica. Come si integra con l'attività dell'Osservatorio?

10%



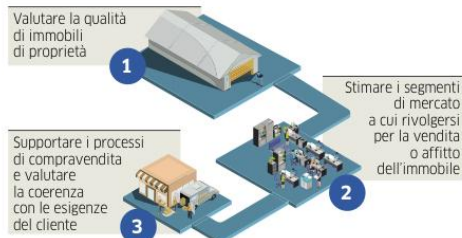
Cinque Stelle

I dati spiegano che negli ultimi 10 anni a migliorare la qualità dei magazzini di logistica sono stati l'e-commerce e il retail, tuttavia nell'indagine dell'Osservatorio della Liuc solo il 10% delle strutture si è assicurata un punteggio massimo

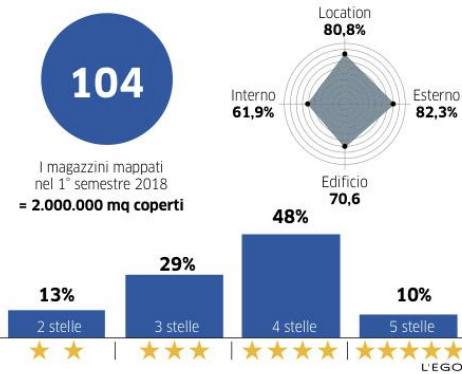
Da gasolio a metano liquido Così il trasporto è green

Case history. Maganetti Spedizioni è leader nella logistica sostenibile. Piattaforma di rifornimento a Gera, 25% della flotta con il carburante pulito

Il modello di valutazione OSIL, può essere utilizzato per:



123 I NUMERI



Da dieci anni siamo impegnati nel realizzare l'atlante della logistica, che ora ha raggiunto la mappatura di 38 milioni di metri quadri esistenti. Ma un conto è censire, altro è mappare la qualità. Il nostro obiettivo è arrivare a 50 milioni di metri quadri, che rappresentano quasi il 50% della superficie di logistica ad oggi installata. Nel frattempo, in tema di qualità, l'innovazione nel settore permetterà gradualmente di costruire immobili di nuova generazione. Basti pensare, ad esempio all'area della Pedemontana dove l'installazione di magazzini ad alta qualità per un'azienda potrebbe portare a un risparmio accumulato anche per diverse

migliaia di chilometri ogni anno, con relativa ricaduta economica e organizzativa.

In definitiva la vostra certificazione si incrocia con i requisiti dell'impresa 4.0?
Senz'altro. Se da una parte l'impresa 4.0 ha bisogno di inserire soluzioni sempre più autonome e innovative non può più permettersi di avere una produzione 4.0 e una logistica 0.4. Questo vale soprattutto per quelle imprese che hanno capito la fondamentale importanza di fare digitalizzazione avanzata non solo per introdurre automazione produttiva ma anche per ripensare logiche e spazi in modo integrato.

TIRANO

MARILENA LUALDI

C'è un mondo che si muove sempre più nel segno della tecnologia e del green. In una parola, in cammino con l'innovazione: non a caso Maganetti Spedizioni ha condiviso la propria esperienza al think tank "InnovaImpresa" di Lariofiere. Un gruppo, che riunisce diverse società del trasporto e della logistica e sta portando avanti il progetto di sostituire come carburante il gasolio con il metano liquido. A Gera Lario ha anche lanciato una stazione di servizio, un green hub per i veicoli commerciali.

«Noi siamo nati come tutti i trasportatori - racconta l'amministratore delegato Matteo Lorenzo De Campo - Come un bisogno del territorio di portare in giro le merci. Negli ultimi cinque anni ci siamo accorti che volevamo fare però un passaggio diverso».

Qual è stata la scintilla, l'ispirazione? «Ci guardavamo in giro da tempo - premette De Campo - La scintilla è stata poi l'occasione di alimentazione alternativa che non andava a complicare il bilancio dell'azienda. Ci sono state delle complicazioni, ma era una tecnologia che potevamo cedere ai clienti senza sacrifici troppo elevati».

A questo punto entra in scena il green. Una parola, una filosofia, una realtà che va poi a permeare ogni ambito dell'azienda: «Impari che è una parte di sostenibilità, poi c'è quella sociale. E ancora quella economica da mantenere e l'innovazione tecnologica. Anche lì abbiamo in-



Matteo Lorenzo De Campo, ad di Maganetti Spedizioni

vestito sui processi informativi di condivisione».

Questo è un concetto caro al gruppo Maganetti: la condivisione, con il territorio e di settore. Non esistono ritrosie o gelosie: anche con gli autotrasportatori, si condividono appunto know how e scelte.

Che cos'ha comportato tutto ciò in termini di crescita, quantitativa o qualitativa? «Diciamo che quantità e qualità sono cresciute insieme - osserva De Campo - a ondate alterne. Perché negli ultimi periodi ci sono stati anche momenti di crisi, o meglio di cambio di paradigma. Per cui, ripeto, si è andati avanti a ondate. Sicuramente un trend di crescita non senza difficoltà». Oggi il gruppo ha un ufficio

operativo di circa 25 persone, 50 autisti diretti e altri 150 affiliati in maniera forte, di cui - spiega De Campo - ci si occupa tout court.

La logistica è un settore che sta dando molte opportunità di lavoro. Non sempre ricambiata, e lo dimostra anche la crisi dei corsi ad essa dedicati, laddove ci sono.

Anche per Maganetti ci sono stati dei nuovi ingressi, e i profili giusti si fabbricano più facilmente in casa. «Abbiamo assunto dei giovani - racconta l'amministratore delegato del gruppo - Per abitudine, che stiamo cercando però di cambiare, facevamo tutta la formazione interna. Non essendoci un corso specifico per le nostre esigenze ed es-

sendo ogni azienda logistica con le proprie regole e idee, era molto difficile trasformare questo approccio. Anche quando un giovane cambia impresa, va riformato, si riparte da capo». Questo appunto per il mero aspetto logistico. Per quello normativo o ancora informatico, si cerca di fare formazione fuori.

Ma la grande sfida viaggia appunto sui mezzi e Maganetti sta spingendo in una direzione precisa: «Il nostro parco veicolare è cresciuto fino a 200 veicoli pesanti, di cui 50 full metano, quindi solo con questo carburante è il 25% della nostra flotta circolante - specifica De Campo - L'ambizione è non sposare in toto una sola tecnologia, ma crescere fino a una quota più importante». Anche questo passaggio richiede molta formazione, peraltro: «Mentre tutti i veicoli cambiati a fine vita portano poi a quelli a metano, stiamo spiegando i vantaggi ai colleghi e affiliati affinché valutino e scelgano questo tipo di tecnologia».

Dunque la prossima sfida in realtà diventa molteplice, una spinta continua verso l'innovazione. La prima - conferma De Campo - resta riuscire a far cambiare il paradigma mentale ai trasportatori della zona. La seconda? «L'uso del carburante biologico - risponde - non per intenderci il metano portato con le metaniere dai pozzi della Persia, bensì utilizzare il gas prodotto dalle discariche della Lombardia».

Una specie di carburante a chilometro zero? «Non proprio zero - conclude De Campo - ma il minore possibile».

VI

LA PROVINCIA
LUNEDÌ 26 NOVEMBRE 2018

Comunicare

Oltre il brand Dalle aziende al pubblico



La ricerca

*Target sempre più profilato
L'equilibrio della riservatezza*

Quali sono le aspettative del pubblico? E come può cambiare il marketing nell'era dei Big Data? Secondo un sondaggio condotto a livello globale da Selligent Marketing Cloud, piattaforma di Marketing automation B2C, il 33% dei consumatori interpellati

si aspetta che i brand anticipino desideri e necessità, mentre per il 74% le aziende dovrebbero trattare i clienti come individui e non come parte di un segmento più ampio. Un buon 75% dei consumatori, tuttavia, teme che un brand

tracci il proprio comportamento anche quando naviga nei relativi siti web e app: a livello globale, il 75% degli intervistati pensa a una possibile violazione dei dati, mentre l'88% teme che vengano condivisi con altre aziende senza consenso.

IL MARKETING È OK SE CREA EMOZIONE

Luca La Mesa è uno dei massimi esperti in Italia di comunicazione digitale
«L'arma segreta per emergere dal rumore di fondo si chiama creatività»

MARIA GRAZIA GISPÌ

Quanto vale la creatività? O meglio, quanto vale la creatività nel marketing? Ne parliamo con Luca La Mesa, docente di marketing e social media in Italia e all'estero, presidente di Procter&Gamble Alumni Italia, specializzato in strategie avanzate di social media marketing vanta tra i clienti campagne come AS Roma | Francesco Totti #MioCapitano, Francesca Piccinini #ConLeAzzurre, Pirelli, FENDI, Fiorello, Enrico Brignano, Olimpiadi di Rio 2016 e Olimpiadi Invernali di Pyongyang 2018, Cornetto Algida, Dove. E ancora, La Mesa ha ideato il primo programma in Italia di aggiornamento continuativo sui social.



Luca La Mesa

La relazione tra creatività e social è ancora terra di ricerca. Le due realtà come si intersecano? Grazie ai social media, all'evoluzione delle tecnologie e in particolare ai cellulari siamo diventati tutti creatori di contenuti. In ogni momento possiamo fare una foto e pubblicarla in rete e questo ha fatto esplodere il numero di contenuti creati. Ogni due giorni produciamo tanti contenuti quanti ne ha creati l'umanità dall'origine dei tempi agli anni '90.

Come quantità. E come qualità?

È calata drasticamente. Proprio su questo aspetto interviene la creatività. In un mondo in cui siamo sommersi di contenuti e stimoli la necessità a livello pubblicitario è di creare quello che Seth Godin ha chiamato "La mucca viola": è più facile farsi notare da una mucca viola in un mondo di mucche marroni. Ovvero in una realtà che ci sommerge di stimoli, la vera battaglia è all'attenzione, lo sforzo dei pubblicitari e dei comunicatori in generale è trattenere l'attenzione degli utenti in questo mare di contenuti.

Come? Quali sono le strategie migliori per riuscire a catturare attenzione e tempo?

La creatività è l'arma segreta

per emergere. Non è vero che non abbiamo tempo, la verità è che siamo perennemente distratti. Ma quando troviamo qualcosa di creativo, di qualità maggiore, che attira la nostra attenzione, riusciamo a concentrarci e non solo guardiamo, ascoltiamo o leggiamo fino alla fine del video o del testo, ma lo spot che ci emoziona lo condividiamo con tutti gli amici. Mentre in passato su una buona pubblicità in tv ci si scambiavano commenti all'interno del salotto, oggi abbiamo il potere di condividere con tutti quelli che ci seguono.

Un esempio di campagna ben riuscita e molto condivisa?

Il bellissimo video dedicato a Elton John. Tocca con tale forza la leva emotiva che tutti l'apprezzano e lo condividono, si vede che "It's a piece of art", è bello. Si tratta dello spot di Natale dei magazzini John Lewis di Londra, ma il prodotto quasi scompare, è più un tributo a Elton John.

Allora funziona lo storytelling? Il racconto del vissuto personale come canale per i contenuti di marketing?

Sì, perché è solo la storia che ci fa appassionare. L'informazione cruda, la macchina con tanto di prezzo esplicito, non funziona. La Volkswagen per promuoversi dice che i bambini devono essere lasciati liberi di sognare e loro sognano le Supercar e la Ferrari, poi quando cresceranno compreranno

una Volkswagen. Per ora però lasciamoli sognare la Ferrari. Si cerca di dare un messaggio più emotivo e profondo. Una campagna bellissima, proprio una bella storia, è quella di Natale della WestJet. Lanciata su Youtube è diventata virale sui social.

Perché è così ben riuscita?

È emozionante, si tratta di una campagna aerea che in questi anni non è mai riuscita a farsi notare e si è inventata una storia attraverso i regali di Natale. Una sorpresa. Non svelo il finale per non rovinare il piacere di vederla. Sono riusciti a far immedesimare chi guarda con chi è rappresentato, così l'emozione dei protagonisti diventa facilmente la nostra. È il classico esempio di una campagna che quando la si vede si ha subito il desiderio di condividerla sui social. Un video, se mi è piaciuto, di sicuro non lo tengo per me.

Se la condivisione è la condizione per la riuscita di una campagna marketing sui social, esistono anche altri strumenti per incentivarla e funzionano?

Il vero segreto è far scattare la leva emotiva, quando si prova un'emozione allora si condivide. Se invece la condivisione è indotta con un premio, come "clicca qui e vinci un cellulare", non funziona.

Nel mondo pre social cosa c'era di diverso nella pubblicità?

Per quel che riguarda la creati-

Le campagne top

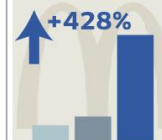
I PREMI ASSEGNATI ALLE MIGLIORI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE A LIVELLO GLOBALE

WARC AWARD

ALCUNI MARCHI PREMIATI NEL 2018

McDonald's
in Cina per Gaokao

McDonald's ha lanciato una campagna per supportare i giovani studenti in procinto di svolgere il terribile e severissimo esame nazionale per il college chiamato Gaokao



L'aumento delle vendite del prodotto Gaokao di McDonald's

Acqua Hépar
#ChezMoOnDit

Il brand di acqua francese Hépar (di Nestlé) nel proprio Paese d'origine ha costruito un'intera campagna attorno alle frasi più buffe che le famiglie usano per descrivere l'atto di andare in bagno (#DaNoiSiDice)



Il ritorno d'immagine sui social network di Hépar

TECATE
Birra Tecate
(Heineken) contro la violenza sulle donne

In Messico ha trattato il tema della violenza domestica con un linguaggio d'impatto, rappresentato attraverso il prodotto

«La Volkswagen si promuove facendosi sognare la Ferrari»

«Oggi serve un budget piccolo ma va data maggiore qualità»

vità e l'emozione è uguale, quello che è cambiato è il mezzo. Si dice che la televisione avesse una logica verticale, dall'alto al basso, di erogazione passiva e, se qualcosa piaceva, al massimo lo si raccontava alla fidanzata sul divano di casa. Mentre i social esprimono il loro potenziale quando si riesce a innescare una logica orizzontale: vedo un contenuto che mi piace così tanto che lo condivido con i miei amici. È il desiderio di provare la stessa emozione che mette in moto la condivisione e il contenuto diventa virale. Questa è la prima vera differenza. La seconda riguarda il budget. In passato per avere successo c'era una bar-

Le imprese, miniera di storie Vitali e il cotonificio Cantoni

Il racconto

Lo scrittore bellanese e il mondo del lavoro
«Dietro ogni azienda c'è un'opera creativa»

«Le imprese possono essere un punto di riferimento importante per le storie». Parola di Andrea Vitali, il medico-scrittore di Bellano, cui è attribuita una capacità prodigiosa di inventare storie. In

dieci anni, del resto, ha pubblicato 63 libri, il primo è arrivato nel 1990 con "Il procuratore", quest'anno è stata la volta di "Nome d'arte Doris Brilli", opera in cui lo scrittore svela gli esordi alla caserma di Bellano di uno dei personaggi più amati dai suoi lettori, il maresciallo Ernesto Maccadò. Una carriera costellata di successi che hanno reso Vitali uno degli autori italiani più amati. «Dietro un'azienda c'è una

storia, la storia di un'umanità, di esseri umani che hanno avuto un percorso di idee, illuminazione, creatività, difficoltà anche - spiega Vitali - Mettere in piedi un'azienda è mettere in campo un atteggiamento di creatività altrimenti non sarebbe nata. E il fatto di raccontare la propria storia illumina oltre che diverte. Illumina, perché il racconto di quella storia è istruttivo, quasi didattico perché racconta un

percorso che da un punto zero è arrivato ad un determinato livello».

Il punto di partenza, per lo scrittore, è sempre il dato reale. «Mi piace il dato storico per usarlo a mio uso e consumo, non rispettando la storia vera e propria. Io non voglio diventare uno storico o un cronista. Parto sempre dal dato reale, mi piace prendere la cosa reale e poi proiettarla in un altro universo».

Nel centro del paese

Non è un caso che per molti dei suoi racconti, Vitali abbia tratto spunto dal Cotonificio Cantoni, un gigantesco edificio, oggi abbandonato, che si trova al centro del paese di



Andrea Vitali

Bellano, borgo stretto tra le acque del lago e i monti della Valsassina. «Impiegava 800 dipendenti. Ai di là del fine produttivo, è un'azienda che creava relazioni, litigi, passioni, amori e tutto questo diventa un filone narrativo».

Tante le storie legate ad aziende che hanno colpito nel tempo, Vitali. «Mi ricordo di aver letto, una volta, di un imprenditore che quando è morto ha destinato un lascito ai propri dipendenti. Se si va al di là della superficie della vetrina, saltano fuori storie che danno senso alla vita». E ancora «Mi ricordo anche di un'azienda del Veneto che aveva studiato diete personalizzate per i propri dipenden-

Mark



La piattaforma
Si chiama Mark la prima piattaforma gestionale di marketing con un Bot di intelligenza artificiale integrato che risponde in modo personalizzato, per l'azienda che lo utilizza, a più di 200 domande sul marketing e la comunicazione

4 LE CATEGORIE PRESE IN CONSIDERAZIONE:



Libresse/Bodyform con #bloodnormal

Il marchio di igiene femminile Bodyform ha lanciato un film digitale per connettersi con le donne di tutto il mondo e rompere il tabù del ciclo mestruale



Pril e il contenitore da una goccia

Il difensivo per lavastoviglie Pril (brand di Henkel) ha utilizzato delle mini bottigliette e una promozione in store per migliorare le vendite negli Emirati Arabi. Il marchio ha creato migliaia di micro-bottiglie invitando alla prova nel punto di vendita



Non solo: Tecate ha annunciato apertamente di non volere clienti che non rispettano le donne



riera all'ingresso: era necessario possedere una certa quantità di soldi per andare in tv, senza non ci andavi. Oggi qualunque azienda che riesce in maniera geniale a toccare una leva emotiva può rendere il suo spot virale.

Quindi ora con poco budget è possibile arrivare a grandi numeri? Sì, ovviamente sono delle eccezioni, ma il mezzo lo permette.

Non c'è il rischio di saturazione, l'onda lunga dei social continuerà o si troveranno altre strade? La saturazione già c'è perché stiamo per raggiungere un momento che si chiama "content shock", il culmine di produzio-

ne in cui avremo creato insieme più contenuti di quelli che siamo in grado di leggere e assorbire. Ma il fatto di poter creare un contenuto non significa che ci sia qualcuno disposto a leggerlo. Il futuro dei social potrà solo essere nella qualità dei contenuti. Quello che mi aspetto è che i social verranno molto ripuliti da tutto il rumore di fondo e gli utenti saranno disposti a pagare per avere una selezione delle notizie che possono piacere o interessare, perché sempre più il vero costo è il tempo. Non abbiamo più tempo per vedere tutto e l'evoluzione sarà nella direzione di una maggiore qualità.

ti. Da un lato si assicurava un rendimento costante perché i dipendenti si ammalavano meno ma poi ci guadagnava lo stesso dipendente perché stava bene.

Il legame con le radici

Far parlare le persone, quindi, gli artigiani, gli operai e poi raccontare, perché ci sono tante storie da far emergere «storie che si animano all'interno dell'universo e che si animano sempre dall'uomo». E, come detto, la storia di un'azienda è la storia di uomini «che hanno avuto un percorso di idee, illuminazione, creatività, difficoltà anche», una storia che può illuminare molte altre.

Insieme agli uomini e alle loro storie, altro elemento importante per Vitali è il legame con il luogo delle proprie radici. «Per me il lago è quel luogo, quella casa dove tornare sempre - osserva - è il mio punto fisso. Credo non si debba dimenticare mai il luogo da dove siamo partiti perché è il luogo che ci completa, che ci definisce. È una sensazione difficile da spiegare ma per me è così. Non è un caso che il mio libro preferito sia l'Odissea e che il mio eroe sia, appunto, Odisseo-Ulisse. Un eroe che, pur con tutte le sue pecche, aveva un forte sentimento di nostalgia e di dolore nei confronti della sua patria e della sua casa». **C. Dot.**

SaveTheWall e Mondadori «Così si arriva al cuore»

Case history. L'artista comasco Pierpaolo Perretta con la casa editrice
«Campagna per la lettura, i lettori si raccontano attraverso il libro preferito»

ENRICO MARLETTA

Giada ha visto prima il film, poi si è innamorata di "Orgoglio e pregiudizio". Fabrizio ogni volta che prende in mano "Il Maestro" e Margherita torna con il pensiero al primo appuntamento. Gloria una copia di "Shadowhunters" la porta sempre con sé perché così si sente più al sicuro.

Pensieri, libri, frammenti di esistenze comuni. Sì, comuni e allo stesso tempo speciali perché tutto il percorso è nato da un principio chiave e cioè che la vita sia la migliore opera d'arte di ciascuno di noi.

Con questa convinzione in testa, quattro anni fa, l'artista comasco Mr. SaveTheWall (Pierpaolo Perretta) ha avviato il progetto "lifeshot", una rilettura del ritratto fotografico basata sull'individuazione di 16 oggetti chiave per la ricostruzione dell'universo emotivo del protagonista, e oggi quel progetto ha dato spunto alla campagna per la promozione del libro lanciata da Mondadori Store, il network di librerie del Gruppo Mondadori.

Universo emotivo

Un progetto di marketing e allo stesso tempo un'operazione artistica - Bookshot - che ha l'obiettivo di valorizzare l'esperienza della lettura attraverso la voce e i volti dei lettori, "nudi" davanti alla telecamera con le proprie emozioni e il libro della loro vita tra le mani.

«Il risultato di questo progetto creativo è una comunicazione che parte dal cuore e arriva al cuore, perché condividere un libro significa condividere una parte della propria vita», spiega Francesco Riganti, direttore marketing di Mondadori Retail.

Il format è elementare, all'apparenza nemmeno particolarmente originale. Eppure i risultati sono sorprendenti. Lo erano stati quelli del lifeshot. E lo sono oggi quelli della campagna con Mondadori.

Quale è l'ingrediente segreto? Cosa fa scattare la magia? Cosa fa di due minuti di riprese un video capace di coinvolgere - in qualche caso commuovere - il grande pubblico? «Il risultato ha sorpreso anche me - dice Perretta - io credo che la cosa funzioni



Gloria è tra i protagonisti della campagna per la lettura



Pierpaolo Perretta, Mr. SaveTheWall, nel suo lifeshot

perché il focus non è il libro ma quanto quel libro ha condizionato la vita delle singole persone. Ognuno di noi ha una scintilla, la sfida è quella di accenderla. E ci siamo riusciti, anzi in qualche caso il coinvolgimento emotivo è stato tale che siamo stati costretti a tagliare alcuni passaggi troppo privati. E poi la campagna ha fatto centro anche per la scelta, lungimiran-

te, del committente che ha puntato sulla promozione della lettura come valore sociale: il brand ha fatto un passo indietro ed il messaggio che abbiamo cercato di veicolare è risultato ancora più potente».

In concreto, nel corso di due sessioni speciali di shooting all'interno del Mondadori Megastore di via Marghera a Milano, Mr. Sa-

veTheWall ha incontrato cento persone. A ogni partecipante è stato chiesto di portare con sé il proprio libro preferito: sono emerse storie ed emozioni profonde suscitate dalla lettura. Ognuna di queste è stata raccolta in un video e fissata in un ritratto fotografico.

«Un adagio che ho fatto mio è "l'arte è negli occhi di chi guarda". E così nel Bookshot, in quanto opera d'arte, ho potuto riscontrare che gli intervistati avevano fatto proprio il libro letto e resa unica l'esperienza di lettura. L'autenticità dell'emozione vissuta dai partecipanti ha in sé qualcosa di straordinario se pensiamo che dal dialogo su di un solo oggetto, il libro preferito, ne è scaturita la sintesi più profonda e vera sulla loro vita. È per questo che per me il Bookshot è un progetto così autentico, potente e coinvolgente», commenta l'artista Mr. SaveTheWall.

Dal sito ai social

I lettori sono i testimoni d'eccezione di un'iniziativa che avrà vita nei prossimi mesi sul web attraverso il sito dedicato al progetto www.condividiunlibro.it, che ospita i video e le foto realizzate dall'artista. Gli utenti saranno invitati a partecipare attraverso post su Facebook e Instagram con il proprio libro preferito e una frase che ne sintetizza la ragione, usando l'hashtag #condividiunlibro. Tutti i contenuti andranno così a popolare la piattaforma, moltiplicando la condivisione delle esperienze, e verranno premiati da Mr. SaveTheWall che sceglierà infine gli scatti migliori.

«Si tratta di un progetto ambizioso e pieno di valore, del quale siamo molto orgogliosi. Tra gli attori coinvolti si è generata un'alchimia perfetta che ha permesso all'idea di alimentarsi di giorno in giorno, andando a declinarsi su tutti i touchpoint. La genesi stessa del progetto creativo è così frutto di un'intelligenza collettiva che ha funzionato in modo armonico, un modello di relazione da prendere come esempio e che sempre più prenderà piede negli scenari futuri», conclude Alessandro Pedrazzini, CEO di Action & Branding.



«La vita di ciascuno di noi è un'opera d'arte da raccontare»



Lo shooting a Milano ha coinvolto cento lettori

L'evento

La Festa delle imprese



Aram Manoukian (Lechler)

«Tento di trasmettere questo messaggio al dipendente: non guardarti indietro, non c'è dietro l'azienda, ci sei tu, la tua responsabilità e il sistema funziona se tutti agiscono in modo responsabile e mettono dentro i valori positivi»



Paolo De Santis (Meta)

«È sempre stimolante incontrare Cucinelli, sa trasmettere con simpatia valori positivi. Penso sia quello di cui, da cittadini, avremmo bisogno di sentire un po' più spesso da chi rappresenta le istituzioni»

Fiducia delle imprese comasche «Da Cucinelli valori positivi»

Il dibattito. La voce degli imprenditori che hanno partecipato alla serata de La Provincia Manoukian: «Trasformare la paura in collaborazione». Lironi: «La speranza dai giovani»

MARILENA LUALDI

L'eco dell'intervento di Brunello Cucinelli alla Festa delle Imprese organizzata dal nostro giornale venerdì sera, non si spegne. E risuona con particolare intensità, dove la fiducia nei giovani e il coinvolgimento dei collaboratori nelle scelte di ogni giorno sono ritenuti fondamentali. Risuona dove si crede anche nella magia di questi luoghi, che può battere ogni sortilegio di paura seminata dai tempi attuali.

Sensibilità sociale

Aram Manoukian, presidente e amministratore delegato della Lechler, conosce bene anche l'incantesimo di Solomeo e l'aria che si respira in quelle zone, dove la società ha uno stabilimento. Guardando a Como, però, è convinto della potenza dell'osservazione di Cucinelli: «Dobbiamo lavorare su quello che abbiamo. E c'è tanto. Anche nelle associazioni. Dopo l'intervento di Cucinelli direi proprio questo. Trasformiamo la paura in collaborazione, alleanza e così aumenta la speranza».

Per Manoukian il termine chiave è responsabilità, anche nei confronti dei collaboratori: «Tento di trasmettere questo messaggio al dipendente. Non guardarti indietro, non c'è dietro l'azienda, ci sei tu, la tua responsabilità e il sistema funziona se tutti agiscono in modo responsabile e mettono dentro i valori positivi. Solo così la macchina gira bene».

Da una parte il senso della comunità, dall'altra il potere del sorriso, dell'accontentarsi nel

L'intervento

Gli errori con i figli e il profitto



La paura

«Due errori abbiamo commesso con i nostri figli. Il primo è proprio aver trasmesso l'obbligo di avere paura. Il secondo, aver addebitato al lavoro le colpe per non avere studiato»

I soldi

«Siamo persone perbene, è questo che rende un po' più speciali. Sono stato nella Silicon Valley e ho visto tanti che pensavano a fare soldi. Per noi invece le imprese sono come i nostri figli. Le coccoliamo e vorremmo che vivessero duecento, trecento anni».

La genialità

«Dobbiamo essere solo geniali nelle nostre imprese - afferma - perché se il prodotto non funziona, non vanno bene le cose. Non sono le banche che fanno chiudere le aziende. Bisogna avere il coraggio di rinnovarsi, avere vicino la gente giovane e ascoltarla»

senso però di essere contenti: «Sì, che è anche tipico di un territorio come il suo. La felicità è davanti a un piatto semplice, un bicchiere di vino. Mi ricordo quando venne qui Lech Walesa alle Primavere e disse: «Siamo in un posto meraviglioso, come si può non sorridere?»».

La Lechler ha ricevuto una menzione dalla giuria alla festa di venerdì. E così la Meta, tre generazioni specializzate nell'accoglienza esclusiva ai turisti sul lago di Como. Proprio Paolo De Santis, commenta così la serata: «È sempre stimolante incontrare Cucinelli. Che sa trasmettere con simpatia valori positivi. Penso sia quello di cui, da cittadini, avremmo bisogno di sentire un po' più spesso da chi rappresenta le istituzioni».

Tra i giovani

Quanto si è detto, non può non avere influsso in una realtà dove i giovani sono di casa, con tutta la loro speranza in un futuro migliore che passa da un'azienda innovativa: parola d'ordine, startup.

Come il Parco tecnologico scientifico ComoNext, dove la paura non abita affatto. Lo sottolinea il presidente di Sviluppo Como - ComoNext Enrico Lironi: «Ci sono dei parallelismi tra quello che ha detto e sull'attività che si è iniziata qui. Cucinelli è partito non con un patrimonio proprio, ma si è basato anche su quello del credito, perché ha trovato direttori, funzionari, che ci hanno creduto. Mi sono chiesto: oggi sarebbe possibile?».

La risposta segue due direzioni, per il professor Lironi: «La

prima è no, perché ci sono norme allora inesistenti, nazionali come della vigilanza europea. Ecco, uno che partisse in quelle condizioni, non avrebbe queste possibilità. Ma c'è l'altra faccia della medaglia. Nel frattempo, infatti, sono nate strutture nuove, parchi tecnologici come il nostro per portare avanti aziende innovative e una finanza nuova, quella del venture capital. Che si sta rafforzando anche da noi». Vero che all'estero queste

L'iniziativa del giornale nata per premiare l'eccellenza del made in Como

L'imprenditore umbro è stato intervistato dal direttore Diego Minonzio

forme di finanziamento sono più avanzate, ma ormai i confini non esistono, nemmeno da questo punto di vista: «Già, così è possibile oggi partire veramente da zero e realizzare una propria attività. Vedere le proprie idee realizzate».

Lironi ritiene che quest'aria favorevole si respiri in particolare a ComoNext, dove la speranza e la voglia di fare, unita a quella di credere nel futuro, è la base: «Qui non c'è paura. Ci sono tanti

giovani, e non solo, perché abbiamo anche persone adulte che hanno deciso di avviare un'attività innovativa». Lasciando magari un posto di lavoro sicuro.

Tutto ciò senza trascurare il cuore del messaggio di imprenditoria scandito da Cucinelli: «Messaggio che giudico e interessante e attuale, la prima volta l'avevo sentito a Palazzo Mezzanotte vent'anni fa, in un incontro organizzato da Intesa Sanpaolo e la Camera della Moda. Già allora univa la voglia di fare impresa alla certezza che abbiamo un'anima... nei manufatti c'è la spiritualità».

Un Cucinelli filosofo che ha impressionato anche Mauro Elli, chef stellato e titolare del Cantuccio di Albavilla che ha ricevuto una menzione alla festa: «Sono ancora ricco di emozione il giorno dopo, perché è così. Noi siamo persone semplici, che credono in quello che fanno. E soprattutto i giovani sono fonte speciale di stimolo e crescita per me». Elli ne ha formati tanti: «Sì, nel mio curriculum posso scrivere anche questo - sorride - ed è importante che si realizzino e siano felici in quello che fanno. Il nostro è un mestiere straordinario dove ogni giorno devi nutrire il tuo spirito, sì, anche l'anima come ha detto Cucinelli. Condivido pienamente un altro aspetto. Un sorriso non costa niente, una pacca sulle spalle tanto meno». E aggiunge: «Sono contento di sentire qualcuno come lui dire cose simili. Non tornare indietro al passato, ma tornare alla mentalità e alle tradizioni, a come si stava prima. Lo trovo bellissimo».



Camera di commercio, Lecco ci prova Blitz per soffiare a Como il segretario

«Non vogliamo diventare periferia comasca»

Verso la fusione. Contratto prolungato di due anni alla dirigente lecchese Rossella Pulsoni. Per i comaschi il nuovo ente resetta tutto. Taborelli: «Danno erariale? Pagherà chi ha sbagliato»

La proroga dell'incarico da parte della Camera di commercio di Lecco al segretario generale Rossella Pulsoni per due anni, non impensierisce Como. Che ribadisce: con l'accorpamento, nuovo consiglio, nuovo presidente e anche nomina del futuro segretario. La vicenda che ha diviso in questi giorni le associazioni lecchesi, insomma, vede invece quelle comasche sullo stesso fronte. Chi entra nel merito della decisione presa dalla giunta dei (per ora solo) vicini di casa, su cui nel frattempo è arrivato un ricorso, chi non commenta, ma in ogni caso si è uniti.

Il presidente camerale lecchese Daniele Riva ha firmato il contratto la scorsa settimana; da parte di Confindustria Lecco e Sondrio era già stata inviata una lettera di dissenso del presidente Lorenzo Riva. Come appunto osserva, con sfumature diverse, ma un'unica convinzione: questo non cambia il fatto che il futuro segretario della Camera di commercio accorpata sarà nominato dal nuovo ente. Punto.

La forzatura

Il presidente comasco Ambrogio Taborelli precisa: «Non mi permetto di commentare quello che fa Lecco, certo ho sentito questa storia e l'impressione è che si sia voluta forzare la mano.

Mi sento vicino a Lorenzo Riva, siamo anche freschi dell'assemblea generale unita con Unindustria Como e Confindustria Como e Lecco e davvero è stata la più bella a cui abbiamo partecipato». Questo senso di condivisione e di volontà di procedere insieme, sarebbe bello trasportarlo anche nella nuova avventura camerale insomma. Peraltro va ricordato che l'apparentamento maggioritario (ovvero con 22 seggi) unisce proprio le associazioni confindustriali, Confcommercio e Confartigianato dei due territori.

Il contratto prorogato a Rossella Pulsoni prevede una retribuzione di 161 mila euro lordi all'anno e i revisori hanno vincolato il parere favorevole alla proroga non di due anni, ma fino all'accorpamento. Nell'intervista a «La Provincia di Lecco» pubblicata ieri Daniele Riva ha assicurato che non si tratta di un colpo di mano, ma ha anche posto questa domanda: «Formalmente si parte il primo gennaio, ma, di fatto, siamo sicuri che in quella data l'accorpamento sarà completato?».

Come pensa proprio di sì, se non il primo (che sarebbe utile per la gestione dell'ente) giorno dell'anno, non molto più in là.

Taborelli conferma: «L'accorpamento è atteso per gennaio. In ogni caso, se verrà indicato

un danno erariale, non pagherà il nuovo ente, ma chi l'ha procurato».

In pole position

Riva era in pole position in questa fase nel toto presidente accanto al collega comasco Marco Galimberti, pure lui presidente di Confartigianato (Como) e attualmente vicepresidente camerale. Anche se non si esclude l'arrivo di qualche altro papabile dal mondo industriale, dopo una serie di indisponibilità. E proprio Galimberti non vuole entrare nel merito della delibera lecchese, perché «fino al momento dell'accorpamento c'è un'autonomia di scelta nelle due Camere».

Su quel momento appunto, il vicepresidente della Camera di Como precisa: «I tempi non li dettano più le associazioni, ma sono tracciati dal decreto. Entro metà dicembre bisogna dare i nominativi dei componenti del consiglio camerale. Poi arriverà un decreto della Regione, che nominerà il nuovo consiglio». E anche Galimberti ribadisce sulla data: «Auspico che il primo gennaio si apra il nuovo corso, per evitare complicazioni e perdite di tempo inutili. La nomina del segretario spetterà a chi sarà chiamato a governare questo nuovo unico territorio lariano».

M. Lva.



Rossella Pulsoni, segretario della Camera di commercio di Lecco

«Questo è l'ennesimo segnale che qualcuno sta svendendo il lavoro fatto a Lecco negli ultimi vent'anni. E non riesco a capire con quale contropartita». Le parole di Luigi Sabadini, presidente di Api Lecco e membro della giunta camerale, sono molto nette e lasciano trasparire un grande sconcerto nei confronti dell'ultima polemica che ha coinvolto la Camera di Commercio lecchese evidentemente segnata da una profonda spaccatura.

L'oggetto del contendere riguarda il ricorso presentato alla Corte dei Conti contro la delibera del luglio scorso, quella che proroga per due anni l'incarico come segretario generale della Camera di Commercio di Lecco a Rossella Pulsoni, attuale commissario ad acta dell'ente che a gennaio dovrebbe aver completato la fusione in corso con la Camera di Como.

Per Sabadini la vera questione è politica ed i rischi connessi per il territorio lecchese sono gravi: «Dal punto di vista politico i segnali per Lecco sono preoccupanti - conferma - Mi chiedo cosa possano pensare tutti gli operatori economici lecchesi che hanno versato i loro contributi alla Camera di Commercio di Lecco, che hanno costruito una nuova sede ed ora si troveranno relegati in un ufficio periferico di Como. E di questo passo finirà proprio così».

LA PROVINCIA
LUNEDÌ 26 NOVEMBRE 2018

Cintura urbana

Poste, dopo due anni ancora disagi A Colverde lettere e bollette in ritardo

Il caso. È dall'autunno del 2016 che si segnalano pacchi smarriti e avvisi mai arrivati. I sindacati: «Manca il personale». L'azienda promette di verificare le nuove segnalazioni

COLVERDE
SERGIO BACCILIERI

A Colverde la posta non arriva oppure arriva in ritardo.

Nell'autunno del 2016 un gruppo di residenti tra Paré, Gironico e Drezzo aveva fatto partire una segnalazione cumulativa sui ritardi nella consegna della corrispondenza, anche per lettere importanti, come pagamento avvisi: ma dopo due anni la situazione non è cambiata.

Lo sfogo

«Bollette che arrivano sempre in ritardo, raccomandate che non vengono consegnate - scrive ora sui social network un residente che abita vicino alla parrocchia di Drezzo - in questi giorni aspettavo un pacco molto importante per lavoro e pur stando a casa mi hanno lasciato nella cassetta l'avviso di giacenza con il ritiro addirittura tra dieci giorni».

«A me, frazione Paré - segnala un giovane ingegnere del Politecnico - spesso le bollette arrivano già scadute». «Io aspettavo l'invito per la vaccinazione di mio figlio ad agosto - aggiunge una mamma - purtroppo non

ho ancora ricevuto nulla». Questi sono alcuni dei casi, ma negli ultimi due anni da queste colonne altri cittadini di Colverde hanno raccontato degli episodi perfino più spiacevoli.

Elena De Rose ha trovato fuori dalla porta di casa, in via Per la Svizzera, un operatore della ditta incaricato di chiudere il contatore del gas: la residente infatti risultava insolvente ed ha cercato senza soluzione di spiegare che semplicemente non aveva ricevuto l'ultima bolletta.

Tommaso Scibelli invece, in località Faustino, l'anno scorso aveva acquistato il 3 dicembre su Amazon il regalo di Natale per la figlia e alla vigilia ancora nessuno gliel'aveva consegnato.

La situazione

«Manca il personale - commenta **Mauro Bianchi**, vice segretario provinciale di Faip Cisal - anche se sono attese nuove assunzioni dal 2020».

Nell'estate di due anni fa sul nostro territorio è stata introdotta la consegna della posta a giorni alterni, i postini passano un giorno sì e uno no. Il centro di smistamento che interessa la



L'ufficio postale di Gironico, frazione di Colverde ARCHIVIO

■ «Si assumono nuovi portalettere ma non bastano per smaltire gli arretrati»

zona di Colverde è quello di Olgiate Comasco.

«Ed è un centro in difficoltà, con una mole importante di giacenze, è sotto organico ed ha scarsità di mezzi - dice **Giovanni Fagone** referente per il settore poste della Cgil di Como - l'azienda sta inserendo del personale a livello regionale, ma è ancora insufficiente rispetto alla mole di lavoro». Sentito il vice

sindaco di Colverde **Giovanni Frangi** e l'assessore ai lavori pubblici **Paolo Strambini** hanno fatto sapere che si interesseranno presso gli uffici comunali. Poste Italiane sostiene che effettuerà i dovuti controlli sul territorio, verificando le segnalazioni dei disservizi, anche per capire se i disagi di Colverde hanno una ragione puntuale e se c'è modo per rimediare.

Svizzera, non passa la spallata all'Europa

LA PROVINCIA

LUNEDÌ 26 NOVEMBRE 2018

Referendum

No del 66,3% alla proposta sull'autodeterminazione
Respinto anche il quesito sulle corna delle mucche

— In Svizzera non è riuscita la spallata all'Europa. Il 66,3% degli elettori rossocrociati ha detto no all'iniziativa per l'autodeterminazione, bocciando lo slogan "Più Svizzera, meno Europa". E così, almeno per ora, niente predominio del diritto svizzero su quello internazionale e accordi in essere - da quelli commerciali a quelli in campo ambientale - che restano così come sono.

Troppo alto, secondo la maggioranza degli svizzeri, il rischio di un isolamento internazionale per la Confederazione. Rischio ventilato in questa aspra campagna elettorale da più parti, in primis dal Governo di Berna, che ha più volte invitato gli elettori a dire "No" all'iniziativa. La Russia (2015) è stato l'unico Paese in cui è passato il concetto che il diritto nazionale è superiore (sempre in caso di conflitti) a quello internazionale. Anche il Ticino (53,9% degli elettori) ha detto no all'Autodeterminazione, sconfessando così la linea del-

l'Udc. Partito che attraverso il presidente cantonale Piero Marchesi ha fatto notare che "il popolo non vuole autodeterminarsi".

Per ottenere il via libera delle urne, serviva la maggioranza dei Cantoni, che - come detto - non è arrivata. Anzi, la consultazione ha ottenuto pesanti bocciature, come in Canton Neuchâtel, dove il 77% degli elettori si è espresso per il "No". E c'è già che, in vista delle ormai imminenti elezioni (ad aprile si terranno le cantonali), punta il dito contro l'Udc. Gli elettori svizzeri, intanto, hanno detto "No" anche ad un altro referendum, ribattezzato per "le vacche con le corna". Referendum che tanta curiosità aveva suscitato anche al di qua del confine e che si prefiggeva di sostenere gli allevatori che rinunciano a tagliare le corna ai bovini. Dunque per questi allevatori niente sovvenzioni speciali dalla Confederazione. L'iniziativa è stata di gran lunga la più combattuta tra le tre in votazione (la terza riguardava la base legale per la sorveglianza degli assicurati) ed alla fine ha raccolto il "sì" di quattro Cantoni, tra cui il Ticino, dove gli elettori favorevoli al sostegno agli allevatori hanno toccato quota 50,4%.

I sindacati raccolgono la sfida «Impresa è valore per la comunità»

La riflessione

Giacomo Licata (Cgil)
e Salvatore Monteduro (Uil)
«Una testimonianza
di grande interesse»

Piena approvazione alla Festa delle Imprese anche da parte della rappresentanza sindacale. «Considero questa iniziativa una ottima opportunità di incontro tra imprenditori e lavoratori. Un momento per

discutere e affrontare i problemi che ruotano attorno al mondo del lavoro. Ci si trova, nella quotidianità, su posizioni contrapposte, ma bisogna imparare a trovare soluzioni condivise». Così ha esordito Salvatore Monteduro, segretario della Cst Uil, al termine dell'intervista al "re del cachemire" da parte del direttore de "la Provincia" Diego Minonzio. I concetti rivoluzionari espressi dall'imprenditore umanista hanno toccato le

corde dell'area sindacale. «Questa sera è stato più volte sottolineato come l'impresa non sia solo una proprietà, ma rappresenti uno strumento di crescita per l'intero territorio dove tutti collaborano per la buona riuscita di un risultato. Per questo i due mondi non devono trovarsi l'uno contro l'altro, ma collaborare, individuando punti di coesione».

Dello stesso avviso Giacomo Licata, segretario provinciale

della Cgil di Como che incoraggia l'iniziativa de La Provincia, giunta al terzo anno. «Si tratta, secondo me, di un dono che il giornale fa al territorio comasco e ad un tessuto così ricco di attività imprenditoriali. Un intervento che guarda al futuro, che individua le sfide da cogliere e offre stimoli per tutti. Le testimonianze imprenditoriali, che, in questi anni sono state proposte, raccontano modelli di successo, secondo me non re-

plicabili, ma possono aprire qualche spiraglio di novità anche per i singoli casi aziendali del nostro territorio».

Le parole dell'imprenditore di Solomeo, infatti, non possono lasciare indifferenti, piuttosto scuotono e cambiano la prospettiva del concetto di organizzazione del lavoro e la modalità dei rapporti interpersonali. Usare rigore e dolcezza, vivere in armonia con la natura, lavorare di meno e fare buon uso della tecnologia. «Non è facile mettere in pratica quello che ha detto Cucinelli - ha osservato Monteduro -. Traduce il concetto filosofico del vivere insieme, che è l'aspetto più difficile. L'esperienza della sua azienda ci dice che è possibile e che al-

meno si può provare a mettere in pratica in qualche aspetto. Per esempio la moderazione e il rispetto dell'uso del cellulare, l'attenzione al benessere spirituale, la considerazione delle persone non solo come strumenti di lavoro».

Tra le citazioni espresse da Cucinelli, Licata sottolinea quella legata al rapporto tra orario di lavoro e creatività. «Se oltre alle sei ore la creatività si perde, come dice Cucinelli, dovremo rivedere il nostro sistema di lavoro. Prenderemo alcuni spunti da portare al tavolo della contrattazione. Credo che sapremo affrontare il futuro economico se impareremo ad essere sempre più flessibili».

Sara Della Torre

LA PROVINCIA

LUNEDÌ 26 NOVEMBRE 2018