

Economia

Nespresso apre 4 nuovi centri raccolta

Salgono a nove i punti dove, nell'ambito del programma «Da chicco a chicco» consegnare le capsule esauste

L'economia circolare è fatta di scelte. E di investimenti sui territori più strategici. Strategici nel senso che presentano un humus fertile e recettivo, ma anche perché possono fare da leva per scalare, in un secondo momento, la best practice a livello nazionale. Per questo Nespresso ha scelto Brescia per ampliare il numero dei punti di raccolta delle proprie capsule di caffè in alluminio esauste nell'ambito del progetto «Da Chicco a Chicco».

Un impegno che vuole rappresentare uno stimolo per i clienti nell'adozione di comportamenti responsabili e che consente loro, grazie a questa iniziativa, di riportare le capsule di caffè esauste in alluminio presso quattro nuovi punti all'interno dei centri di raccolta



Tecnologia A Prevalle è attivo uno degli impianti di riciclo più avanzati

Aprica di via Metastasio, via Codignole 31/G, via Gatti e via Agostino Chiappa e permettendo così al progetto di raggiungere nove punti di raccolta nella provincia e, in totale, più di 150 in oltre 80 città italiane.

Grazie all'iniziativa «Da Chicco a Chicco», nata nel 2011, un chicco di caffè può essere trasformato in un chicco di riso per chi ne ha più bisogno, attraverso la collaborazione tra Nespresso, CIAL (Consorzio Nazionale Imballaggi Alluminio), Utilitalia e CIC (Consorzio Italiano Compostatori). Un programma di circular economy su cui Nespresso ha investito finora oltre 7 milioni di euro e che permette ai clienti di riconsegnare le loro capsule esauste in alluminio presso

l'area recycling presente all'interno delle Boutique Nespresso o nelle isole ecologiche partner sul territorio nazionale. Una volta raccolte dalle aziende di gestione del servizio di raccolta differenziata, le capsule esauste vengono inviate per la lavorazione ed il recupero presso un apposito impianto dove l'alluminio viene separato dal caffè, con l'obiettivo di riportare i due materiali a nuova vita, trasformandoli in due nuove risorse per l'ambiente. L'alluminio, materiale infinitamente riciclabile, viene destinato alle fonderie per avviare il processo di riciclo che lo trasformerà in nuovi oggetti, come penne, coltellini e molto altro. Il caffè, invece, viene destinato a un impianto di compostaggio per la sua

trasformazione in compost e successivamente ceduto a una risaia in Italia. Il riso prodotto grazie a questo concime naturale viene poi riacquistato da Nespresso e donato a Banco Alimentare della Lombardia, del Lazio e, da quest'anno, del Piemonte, per supportare chi ne ha più bisogno.

I risultati dell'iniziativa sono in costante crescita. Per dare due numeri, nel primo semestre dell'anno, a livello nazionale, l'iniziativa ha permesso di recuperare qualcosa come 930 tonnellate di capsule esauste, con un incremento tendenziale del 17%. Tendenza che a Brescia è stata ancora più pronunciata, raggiungendo un +31%.

Massimiliano Del Barba
© RIPRODUZIONE RISERVATA

La campagna

di Alessandra Troncana

Sette foto reporter mondiali in viaggio per valorizzare «La Provincia dei tesori»

Seconda edizione del contest di Visit Brescia, con il contributo della Regione verso il 2023

Sono voyeur, viaggiatori randagi, uomini sempre altrove: si muovono oltre i luoghi comuni. Flirtano con la visione, senza subirla: la cercano, la distorcono e la ricompongono. Le cose entrano nel loro occhio, lo attraversano, e ne escono come immagini di un tempo diverso. Loro e nostro. Da giovedì scorso, il primo dicembre, sette foto-reporter di culto - vincitori del prestigioso premio World Press Photo - stanno esplorando siti, monumenti, architetture e segni culturali fuori e dentro la città per la seconda edizione de «La Provincia dei Tesori», la campagna di promozione turistica di Visit Brescia.

Dopo aver fotografato il mondo per testate come National Geographic, New York Times e Harpers, Andrea Frazzetta, Andrea Pistolesi, Amanda Ronzoni, Davide Monteleone, Paolo Petriggiani, Daria Addabbo e Nadia Shira Cohen realizzeranno sette video-racconti, ognuno

ispirato a un posto specifico. Finito il viaggio (il 15 dicembre), gli scatti verranno sublimati in filmati: una voce fuori campo e sottotitolata racconterà le esperienze degli autori. Infuse del personale modo di vedere luoghi e situazioni dei sette reporter, le immagini avranno un potere sia evocativo sia divulgativo: non saranno manuali o enciclopedie, ma sguardi non ordinari.

Il progetto, che ha ricevuto un contributo da Regione Lombardia e vanta la collaborazione degli enti locali, sarà diffuso sui mercati di lingua italiana (Italia, Svizzera Italiana), tedesca (Germania, Austria, Svizzera tedesca) e nei territori limitrofi alla provincia di Brescia. L'idea è di renderlo virale, pubblicandolo sugli account Instagram, Facebook e sul canale YouTube di Visit Brescia (@visitbrescia), oltre che sui canali ufficiali di Palazzo Lombardia e su quelli dei vari Comuni.

Per Lara Magoni, assessore regionale al Turismo, marke-



Turismo e non solo

Alcuni degli scatti scelti per l'iniziativa che, secondo Lara Magoni, assessore regionale, «ha il fine di destagionalizzare i flussi di turisti e viaggiatori per attrarre sempre più turisti anche in vista delle capitali della cultura»

ting territoriale e moda, «l'iniziativa ha il fine di destagionalizzare, decentrare e rendere sostenibili i flussi di turisti e viaggiatori anche in vista del prossimo grande evento di Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023».

«La Lombardia - prosegue - è una terra votata al turismo, con le sue bellezze, la cultura e le tradizioni enogastronomiche, e il bresciano è una realtà particolarmente attrattiva, grazie ai laghi, all'arte, alle valli, alle dolci colline della Franciacorta e ad una naturale propensione per un turismo internazionale anche alto spendente. Servizi all'avanguardia, strutture efficienti e luoghi meravigliosi sono l'arma vincente di una terra, la Lombardia, che ha tutte le carte in regola per attrarre sempre più visitatori italiani e tedeschi, che rappresentano già oggi una quota di mercato importantissima per il nostro mercato turistico».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il finanziamento alle Pmi

La Banca Valsabbina con Olyn e Samag per la filiera logistica

Olyn, la fintech specializzata nel lending per le imprese e nell'offerta della tecnologia *as a service* a banche, asset manager e corporate, ha stretto un accordo con il gruppo di servizi di trasporto e distribuzione Samag Holding Logistics, al fine di creare un programma di finanziamento strutturato da Banca Valsabbina a supporto della filiera della società logistica. Tale operazione si inserisce in un percorso di crescita armonica dell'azienda con il suo parco fornitori. Attraverso un fondo d'investimento e un portale dedicati, creati da Olyn, Samag sarà la prima realtà in Italia in grado di offrire finanziamenti a 72 mesi alle imprese che compongono la propria filiera con un progetto di embedded finance. L'esigenza

nasce dalla rapida crescita realizzata da Samag nell'ultimo triennio, che ha visto triplicare il fatturato grazie a una strategia di ampliamento per vie organica e inorganica. L'introduzione dell'offerta di un programma di finanziamento rientra nell'ottica di supportare le piccole e medie imprese fornitrici, dando loro la possibilità di strutturarsi e ampliarsi a loro volta senza aspettare altre fonti di finanziamento. Nel mondo della logistica e non solo questa operazione potrebbe diventare un esempio virtuoso di finanza integrata che rende sostenibile la crescita della filiera. L'operazione si distingue in Italia per essere una delle prime a coniugare i servizi di business lending digitale nell'offerta di una società corporate attraverso la creazione di un fondo dedicato, sottoscritto da Samag e operante nella cornice di un programma di cartolarizzazione da 55 milioni di euro, strutturato da Banca Valsabbina, la quale ricopre anche il ruolo di co-investitore.

T.B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Terzo trimestre

Cresce la domanda di lavoratori in somministrazione

Nel terzo trimestre 2022 la domanda di lavoratori in somministrazione è cresciuta del 4% a livello tendenziale, con un'intensità minore rispetto a quanto rilevato nei periodi precedenti. A evidenziarlo sono i dati forniti dalle Agenzie per il Lavoro al centro studi di Confindustria Brescia. L'aumento rilevato interessa la maggior parte delle categorie professionali ed è trainato, in particolare, dagli impiegati esecutivi (+51%), gli addetti al commercio (+26%) e gli operai specializzati (+13%). Con riferimento alle difficoltà di reperimento dei lavoratori in somministrazione, non si segnalano tensioni particolari, a eccezione, in particolare, di alcuni profili appartenenti ai tecnici (tecnici della distribuzione commerciale e tecnici in campo

ingegneristico), agli operai specializzati (fonditori, saldatori, montatori, manutentori specializzati meccanica di precisione, installatori attrezzature elettroniche) e ai conduttori d'impianti (operatori robot industriali e addetti macchine lavorazioni metalliche). «I dati sul lavoro in somministrazione a Brescia restano positivi, pur segnando un rallentamento legato all'andamento generale dell'economia nella nostra provincia — afferma Roberto Zini, vice presidente di Confindustria Brescia con delega a Welfare e Relazioni Industriali —. In particolare, il comparto dei servizi riflette bene gli ultimi dati emersi sulla produzione industriale. Voglio però sottolineare, pur in contesto di assestamento, come resti alta la domanda di specifiche categorie professionali legate alla manifattura, quali i conduttori d'impianti e gli operai specializzati: l'ennesima testimonianza di come Brescia sia costantemente alla ricerca di profili analoghi». (t.b.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA