

# Economia

economia@eco.bg.it  
www.ecodibergamo.it/economia/section/

## Cotonificio Olcese Felli sostiene il rilancio

La cura Fellicolor funziona per il salvataggio della bresciana Cotonificio Olcese rilevata in affitto dal concordato Newcocot.  
**A pagina 15**



# Comac, il gioco di squadra batte la crisi

L'azienda di Bonate Sotto leader nel settore infustamento birre: investire nelle persone è la priorità. Dobbiamo trasmettere tranquillità ai dipendenti: non ha senso lasciarli per anni nel limbo dei precari

**MARIAGRAZIA MAZZOLENI**

Investire sul territorio e valorizzare il personale. È la strategia di Comac Group, l'azienda di Bonate Sotto leader mondiale nel settore dell'infustamento (principalmente di birra e soft drink), ed è vincente, considerato il fatturato annuo di 15 milioni di euro.

«Non siamo né pazzi, né sprovveduti - precisa subito Giorgio Donadoni, responsabile della comunicazione, che con il fratello Fabio e gli amici Giuseppe (presidente) e Marco Scudeletti e Elio Zonca ha fondato la Comac nel 1990 - avremmo potuto trasferire la produzione in Slovenia per ridurre i costi, ma abbiamo fatto una scelta diversa».

«Al di là del profitto, oggi l'azienda deve avere dei valori - continua Giorgio Donadoni - stiamo cercando di realizzare il nostro primo bilancio sociale da cui possano emergere le attività fatte per il nostro territorio e per gli uomini - le donne che lavorano con noi. «I cinque soci - tutti nati a Bonate Sotto e con alle spalle una storia comune di amicizia, di percorsi scolastici e di interessi - sono convinti che investire sulle persone contribuisca a garantire il successo di un'impresa. Una situazione quasi idilliaca e decisamente in controtendenza».

«Dobbiamo trasmettere serenità e tranquillità, dare la certezza di un lavoro. Lo utilizziamo anche noi il lavoro interinale - spiega Donadoni - ma nel momento in cui si capisce che la persona è dotata e seria, ci assumiamo le nostre responsabilità. E un anno è un tempo sufficiente per capirlo, se un imprenditore non ci riesce è meglio che cambi mestiere. Questo signifi-

ca rispettare una persona, non lasciarlo per anni nel limbo dei precari. Se demandiamo all'infinito il lavoro precario, questi ragazzi non potranno mai accedere ad un mutuo o farsi una famiglia. Non si specula sulla strategia della proroga. Se tieni un comportamento corretto con i tuoi dipendenti allora puoi anche pretendere il meglio da loro e hai anche il diritto di dirgli quello che pensi, se non fanno il loro dovere».

E i risultati - stando a Donadoni - si vedono, se la barca affonda, non l'abbandonano, ma ti aiutano a svuotarla dall'acqua. «Quando il lavoro scarseggiava, si sono adattati a tingeggiare il capannone e chi è impiegato negli uffici, se serve, si presta a svolgere anche lavori in officina».

Il personale proviene in stragrande maggioranza dalla zona dell'Isola, ma un buon 10% è straniero: «Questi possono rivedere le loro famiglie solo a Natale, Pasqua e in agosto. È chiaro che in quei periodi avranno la precedenza per le ferie su tutti gli altri. Qualche bergamasco ha brontolato, ma poi ha capito. Ed è anche questa solidarietà che crea il valore aggiunto di un'azienda».

Certezza del lavoro a parte, che non è poco, i cento dipendenti della Comac (un'età media di 38 anni) si misurano oggi con progetti di valorizzazione del loro potenziale «per azionare - spiega Donadoni - un meccanismo di auto stimolo a fare sempre meglio».

E in programma c'è già il Progetto Salute e Benessere che, in collaborazione con l'Asl e Con-

industria Bergamo, si articolerà in sei moduli: dalla campagna antifumo a quella contro l'alcol, da una dieta equilibrata all'attività fisica passando per la prevenzione sulle strade.

A misura d'uomo anche l'house organ aziendale che può contare su una veste davvero accattivante. «Il periodico è nato in tempi di crisi, due anni fa - a raccontarlo è Andrea Gigliuto, direttore del personale - per spiegare la cassa integrazione e le prospettive di lavoro. Da un mese si è trasformato in un fumetto dove ci confrontiamo su investimenti, nuovi mercati, l'organico e la formazione». Con una novità, protagonisti di «Comac Quarter» sono proprio i dipendenti e il loro ruolo in azienda, raccontati attraverso i disegni di Luca Rota Nodari.

Accanto a questo clima molto collaborativo c'è naturalmente una tecnologia altamente innovativa, come quella legata alla macchina di ultima generazione (il modello «HS6T») che rispetto agli impianti tradizionali lineari e a rotativa, concede una serie di variabili che rendono Comac ancor più competitiva sul fronte dell'infustamento. Oltre infatti alla possibilità di intervenire sulle parti della macchina difettose o danneggiate senza bloccare la produzione, la sua progettazione modulare permette anche futuri ampliamenti dell'impianto, con l'apporto di semplici modifiche al layout; oltre alla possibilità di trattare contemporaneamente diversi tipi di fusto. Si tratta inoltre di una struttura che elimina la necessità di speciali mezzi di trasporto e scarico, con conseguente riduzione dei costi di movimentazione. ■

*«Nelle difficoltà, gli impiegati lavoravano anche in officina»*



1) Gruppo di dipendenti Comac 2) Il sito 3) House organ a fumetti

## I mercati Comac

### Dall'Australia al Messico un export senza confini

È stato attivato in questi giorni il nuovo impianto - commessa di circa 3 milioni di euro - ad alta capacità produttiva di trattamento fusti inox per il controllo, lavaggio e riempimento degli stessi con la birra. Realizzato in Australia, a Yatala, è l'ultima impresa di Comac Group che sta già puntando al mercato messicano. L'azienda - cento dipendenti e un fatturato annuo di 15 milioni di euro, suddiviso per il 70% sul settore dell'infustamento e per il 30% su quel-

lo dell'imbottigliamento - è leader mondiale nel primo ambito, grazie ad una nuova tecnologia realizzata proprio nel laboratorio di Bonate Sotto. Con il modello «HS6T» (alta velocità con sistema di lavorazione robotizzata che può «infustare» più di 1.000 contenitori da 50 litri l'ora, 24 ore al giorno per 365 giorni l'anno) la società bergamasca continua ad essere competitiva sui mercati, investendo anche il 3% del fatturato an-

nuo in ricerca e sviluppo. «Prima di installare anche una sola valvola di processo su un impianto - spiega il team di ingegneri della società - la proviamo a Bonate per 5 o 6 mesi, 24 ore al giorno. Poi la monitoriamo per altri 6 mesi presso il cliente, e dopo un anno, stabiliamo se può essere messa in produzione». Utilizzano gli impianti della Comac Group, tra gli altri, Heineken, Gruppo Modelo (Corona), Foster's Group, Carlsberg e Coca Cola. Attualmente il 30% del mercato della Comac è italiano, il 70% straniero e, oltre all'Europa, spazia tra Usa, Australia, Nuova Zelanda, Colombia, Messico, Panama, Costa Rica, Brasile, Cina, Marocco, Algeria, Russia e Kazakistan. M. M.

# Dipendenti «testimonial» per far crescere Vivigas

Una campagna di promozione importante, che partirà dai volti dei dipendenti, a testimonianza di una squadra compatta, che vuole continuare a crescere.

Con un fatturato di 200 milioni di euro e un organico di 129 dipendenti, la Vivigas di Roncadelle si conferma tra i primi 15 operatori italiani specializzati nella vendita di gas metano ed energia elettrica nel mercato liberalizzato e sceglie di investire un milione e mezzo di euro in una cam-

pagna di comunicazione per venire incontro ai bisogni dei consumatori e consolidarsi nelle aree in cui opera.

In Bergamasca Vivigas è già attiva con 16 mila clienti distribuiti in più di 20 Comuni, ai quali fornisce ogni anno 25 milioni di metri cubi di gas e 10 milioni di kilowatt di energia elettrica. Attualmente la società dispone di 21 punti vendita in Lombardia, Veneto, Piemonte, Lazio e Umbria.

La decisione di focalizzarsi sui territori in cui opera, tra i quali Bergamo, si rispecchia quindi anche nella campagna di comunicazione realizzata da LGM, di vocazione locale, presente su quotidiani e televisioni di 10 province e 5 regioni. Sulle affissioni, sulle pagine dei quotidiani e negli spot televisivi, non ci saranno attori o modelli, ma uomini e donne che lavorano in Vivigas, tra i quali anche la bergamasca Michela Piantoni, per anni di-



Andrea Bolla, ad della Vivigas

pendente dello sportello di Lovere, che oggi coordina i punti vendita di Bergamo e Brescia.

«Abbiamo scelto di investire puntando sul territorio e sulle persone - ha dichiarato Andrea Bolla, amministratore delegato di Vivigas - fattori che, uniti a professionalità, trasparenza, efficienza e non da ultimo un prezzo concorrenziale, fanno davvero la differenza in un settore competitivo come quello della vendita di energia elettrica e gas metano. Nel corso dell'ultimo anno abbiamo, infatti, assunto 12 persone, per potenziare il nostro organico e rispondere sempre meglio alle esigenze del mercato. Ci siamo anche messi in gioco in prima persona, con i nostri volti, nella nuova campagna di

comunicazione per testimoniare la qualità del servizio di Vivigas e la costante attenzione ai bisogni dei nostri clienti. Con queste iniziative intendiamo aumentare del 15% la quota di mercato nel segmento domestico e affermare il nostro ruolo di operatore energetico di riferimento nelle aree in cui operiamo».

La forte attenzione di Vivigas nei confronti del territorio è dimostrata anche da iniziative di Corporate Social Responsibility, come i laboratori didattici sul tema dell'energia, che prenderanno il via a metà novembre nelle scuole primarie delle province pilota di Brescia e Verona per essere replicati il prossimo anno in altre aree in cui è l'azienda presente. ■