

# Economia

**Bollicine.** Ruspino dalle uova d'oro, l'export +16,8% rispetto all'anno scorso

## Un miliardo di bottiglie record a San Pellegrino

**SAN PELLEGRINO TERME** - Un 2010 da ricordare per lo stabilimento Sanpellegrino di Ruspino, che oltrepassa il record del miliardo di bottiglie prodotte e ha festeggiato il traguardo ieri con una kermesse al centro congressi Giovanni XXIII, a Bergamo. Lo storico sito produttivo della Val Brembana ha registrato nel 2010 circa 1,1 miliardo di pezzi prodotti, di cui 700 milioni di bottiglie di acqua minerale S. Pellegrino, 250 milioni di bibite a marchio Sanpellegrino e 115 milioni di aperitivi Sanbitter. Grazie a una capillare distribuzione in 120 paesi di tutto il mondo, circa il 70% della produzione è stata assorbita dall'export che ha riportato una crescita del 16,8% rispetto al 2009. «Il superamento del miliardo di bottiglie prodotte in un anno a Ruspino - ha detto Stefano Agostini, presidente e amministratore delegato del gruppo Sanpellegrino - è il riconoscimento del mercato mondiale all'eccellenza dei nostri prodotti che hanno contribuito a diffondere l'immagine di un ma-

de in Italy di qualità». Ricordiamo che un anno fa il marchio si trovò al centro di una guerra commerciale proprio con gli States, come ritorsione per l'embargo alle carni bovine americane.

E soprattutto l'acqua minerale S. Pellegrino è apprezzata in Italia e nel resto del mondo. Nonostante la crisi economica mondiale e il contenimento dei consumi soprattutto nei consumi soprattutto nel fuori casa, l'export continua infatti a crescere, in particolare nei mercati cosiddetti maturi come Stati Uniti (+15%, a volume rispetto al 2009), Canada (+10%), Francia (+14%), Germania (+5%), Regno Unito (+10%), Belgio (+16%) e Svizzera (+2%). A questi si affiancano i mercati emergenti verso i quali l'azienda sta rivolgendo la propria attenzione, come testimonia-  
to dalle crescite consisten-

ti di vendite S. Pellegrino in Cina (+183%), Australia (+12%), Brasile (+80%), Russia e CSI (+38%) e Medio Oriente (+37%). «L'espansione sui mercati esteri - afferma Fabio Degli Esposti, direttore International business unit del gruppo Sanpellegrino - è il risultato di un lavoro sulla marca che ha saputo tradurre l'eccellenza qualitativa di quest'acqua in uno stile di vita vincente, che sa coniugare perfetta-

mente gusto e benessere. Negli Stati Uniti ad esempio - continua Degli Esposti - il consumo di S. Pellegrino registra una crescita non solo nella ristorazione ma anche nei consumi delle famiglie; un segnale che evidenzia come la nostra cultura alimentare stia diventando uno stile di vita quotidiano anche oltreoceano». All'estero crescono an-

che le vendite delle bibite Sanpellegrino (tra le quali Aranciata Sanpellegrino e Chinò) e degli aperitivi Sanbitter prodotti a Ruspino, rispettivamente del 38% (in aumento soprattutto nel Nord America e Regno Unito) e del 6% circa rispetto al 2009. «Risultati così importanti meritano un momento di celebrazione e condivisione - afferma Luigi Ravasio, direttore dello stabilimento Sanpellegrino di Ruspino - Proviamo grande soddisfazione e orgoglio di fronte a un traguardo che è la dimostrazione tangibile di come il nostro brand abbia superato i confini nazionali diventando nel mondo il simbolo del nostro territorio».

Sanpellegrino, che appartiene al gruppo Nestlé, figura al 178esimo posto tra i maggiori 1.500 gruppi industriali italiani (rapporto Mediobanca 2010) e ha chiuso l'ultimo esercizio con 818,6 milioni di ricavi, rispetto agli 843 milioni del bilancio 2008; gli utili ammontano 10,7 milioni, contro i 27,6 milioni di perdite dell'anno prima.

**Bene l'acqua minerale ma anche aranciate, Chinò e Sanbitter**



**BILLIONAIRE** - Lo stabilimento Sanpellegrino a Ruspino

**La forza-lavoro sia con voi.** Consigli dell'esperto

### Bene una foto sul curriculum ma non da velina o macho-man

di Giampaolo Rossi\*

*Il Curriculum Vitae in formato Europeo è come un ristorante al buio dove si valutano i cibi solo per gli ingredienti e il loro accostamento e non per l'estetica, la forma e la creatività dello chef. L'esperienza è incompleta in quanto mangiamo anche con gli occhi. Con il Curriculum Vitae Europeo spegniamo la luce sull'abilità espressiva e comunicativa, sulla capacità di sintesi e sulla creatività del candidato, ben sapendo che queste sono spesso le caratteristiche che fanno la differenza.*

*In cambio abbiamo uniformato il giudizio (auto valutato e quindi soggettivo per definizione) del livello linguistico e delle conoscenze informatiche, che tra le altre cose sono tra le più facili da verificare durante un colloquio con un piccolo test o alcune domande in lingua straniera o con quesiti sull'utilizzo dei software.*

*Se il profilo richiesto è di natura creativa il candidato può essere invitato a rompere gli schemi ed inviare un curriculum chiaro ma libero da tutti i vincoli espressivi. Più strano è meglio è.*

*Se invece la figura professionale richiesta è più tradizionale dobbiamo attenerci al formato europeo e possiamo fare la differenza con una foto tessera che abbia l'obiettivo di comunicare che noi siamo diversi dagli altri e possiamo ricoprire bene il ruolo richiesto.*

*La foto sul curriculum diventa quindi elemento di comunicazione distintivo ed un fattore competitivo vincente. E proprio perché la foto può condizionare la scelta "colloquio sì" - "colloquio no" dobbiamo sceglierla con attenzione o, meglio, scattarla apposta in funzione della posizione che stiamo aspirando a ricoprire.*

*Nella maggioranza dei casi, quindi, non sono adeguate le foto, come mi è capitato di vedere, che raffigurano il candidato in vacanza (magari con una bottiglia di birra in mano), in costume da bagno da pin-up, le foto artistiche con sguardo perduto verso l'infinito o scattate durante il saggio di danza. Nel dubbio è meglio formale piuttosto che casual; quindi vestiti bene, aspetto pulito e curato e soprattutto un bel sorriso che da solo fa capire che abbiamo un carattere aperto, ottimista e solare. Il consiglio è, in occasione di eventi importanti come matrimoni, comunioni e cresime, quando siamo vestiti bene e freschi di parrucchiere, ricordarsi di farsi fare una o più foto da soli mezzo busto (attenzione allo sfondo), foto che poi possiamo utilizzare per il nostro cv. In questo modo completeremo il nostro curriculum con un'immagine adeguata e incisiva e potremo accendere la luce sulla nostra ricetta.*

\*Direttore generale Adexia scarl  
giampaolo@adexia.it

**Finanza pubblica.** «Ogni lombardo ha versato in media per il resto del Paese quasi 3.000 euro, un'enormità»

## Cecchetti, la crisi non fermi il federalismo

*Il presidente della Commissione regionale bilancio dopo l'approvazione del collegato*

### Km Rosso arriva anche EnginSoft

**STEAZZANO** - Nuovo partner per il Kilometro Rosso. E' stato infatti siglato l'accordo per l'ingresso nel parco scientifico tecnologico dell'unità produttiva bergamasca di EnginSoft. Si tratta della 34esima realtà ad insediarsi nella struttura, che in questo modo - precisa una nota - supera ampiamente la quota dei 1.000 addetti nei diversi centri già operativi. Fondata nel 1984, EnginSoft attualmente ha cinque sedi in Italia, cinque in Europa ed è attiva nella tecnologia di calcolo numerico e sperimentazione virtuale.

**MILANO** - Una manovra che tiene conto della crisi economica e dalle conseguenti misure adottate dal Governo per il mantenimento degli obiettivi di finanza pubblica. Per Fabrizio Cecchetti (Lega Nord), presidente della Commissione Bilancio della Regione Lombardia, intervenuto nell'illustrare in Consiglio regionale il bilancio di previsione per il 2011 e la manovra Finanziaria regionale, è arrivato però il tempo di dare «una svolta» al sistema perché la «Lombardia non può continuare a essere il bancomat del Paese». «Si deve ribadire con forza che la difficile congiuntura economica non può costituire ostacolo, o alibi, per un congelamento della riforma sul federalismo fiscale; al contrario, l'attuale situazione impone un'accelerazione dell'iter di adeguamento del sistema contributivo». A questo riguardo Cecchetti è stato chiaro: «E' ora di cambiare perché un regime fiscale come il nostro che si basa in misura preponderante

su «trasferimenti dall'alto» è inefficiente e profondamente ingiusto; un territorio, e quindi la gente che lo abita, deve avere il diritto di trattenere in loco le risorse prodotte, senza la necessità che una qualche istituzione "superiore" decida per lui in maniera esclusiva». Il presidente della Commissione Bilancio ha illustrato i dati che emergono da una recente indagine della CGIA di Mestre dai quali si nota come dalla sola Lombardia, nel 2008, siano partiti verso Roma oltre 28 miliardi di euro in più rispetto alla contropartita di servizi offerti dallo Stato. «Si tratta - ha sottolineato Cecchetti - di soldi che naturalmente non sono più tornati sul nostro territorio e il cui impiego è servito, probabilmente, per rimediare alla pessima gestione di certe aree dello Stivale dove la noncuranza, il malcostume e il clientelismo sono estremamente diffusi. In termini pro capite, si deduce quindi che nell'anno esaminato ogni lombardo ha versa-

to per il resto del Paese quasi 3000 euro. Un'enormità, se si pensa che questo importo farebbe senz'altro la differenza nei conti di una famiglia media. Questi 28 miliardi - ha aggiunto - costituiscono una cifra addirittura superiore al nostro bilancio regionale e ciò dovrebbe indurci a riflettere sul motivo per cui il federalismo è davvero necessario. Il mio auspicio - ha concluso Cecchetti - è che il passaggio dalla spesa storica a quella standardizzata, assieme ad una adeguata garanzia di autonomia tributaria per le singole Regioni, avvenga in tempi rapidi e senza intralci da parte di coloro che sul centralismo hanno costruito negli anni le loro "fortune". Federalismo significa equità di ripartizione e responsabilità di governo; la sua realizzazione piena e compiuta costituisce l'unica cura possibile per i mali economici e morali del Paese, nonché la sola strada percorribile per garantire alla Lombardia il futuro che merita».

### In breve Rinnovo delle cariche A2A dopo Zucchi un bresciano

**BRESCIA** - Nella primavera del 2012, al rinnovo delle cariche sociali, potrebbe non esserci più Giuliano Zucchi alla guida di A2A. Lo scrive MF, sostenendo che i patti della governance

assegnerebbero la presidenza del consiglio di gestione a un manager suggerito dalla parte bresciana: circola il nome di Graziano Tarantini, attuale presidente del consiglio di sorveglianza in quota Compagnia delle Opere, ma anche la Lega sarebbe pronta a rivendicare la poltronissima.

### Il gruppo Gavio acquista il 6,1% della Brebemi

**BERGAMO** - Il cda di Sias (Gruppo Gavio) ha approvato l'acquisizione del 6,9% di Autostrade Lombarde, azionista di controllo della Brebemi, per 12,3 milioni di euro. Autostrade

Lombarde controlla l'89,29% del capitale Brebemi; l'acquisizione avverrà nell'ambito di un'operazione di aumento del capitale di importo pari a 50 milioni di euro, mediante la sottoscrizione di una quota dell'importo per un controvalore di 12,3 milioni di euro.