

Documenti di impresa

a cura di Giovanni Maria Fumagalli

LE ORIGINI DEL PROSECCO DOC

1868 Antonio Carpené, del Prosecco Spumante Doc e di altre "invenzioni". 140 anni d'arte enologica e impegno etico: non è soltanto la storia di una delle maggiori case spumantistiche italiane quella proposta – la Carpené Malvolti – ma piuttosto il racconto di come è nato il Prosecco italiano, di come si è evoluto ed emancipato dallo champagne francese diventando un vino apprezzato in tutta Italia e fuori dai confini nazionali.

I 140 di storia dell'azienda partono infatti dalla volontà del suo fondatore di produrre anche in Italia una qualità di vino che fino ad allora era di completo appannaggio dei "cugini" d'oltralpe, con un impegno ed una passione per il settore viticolo che hanno portato Antonio Carpené a fondare la prima scuola enologica italiana, la Scuola di Enologia e Viticoltura di Conegliano.

E' ad un suo successore invece, Etile, che si deve la creazione dell'identità del Prosecco, citando nel 1924 tale nome sull'etichetta di una varietà di vino fino ad allora chiamato "Champagne italiano".

La storia dello spumante si intreccia così strettamente al percorso evolutivo della Carpené Malvolti, che per prima ha avuto l'idea di esportare il Prosecco all'estero e per prima ha intuito l'importanza della comunicazione attuando una campagna pubblicitaria televisiva negli anni '60, ideando e realizzando inoltre un processo di inattivazione termica per evitare possibili rifermentazioni in bottiglia che per anni ha fatto scuola in diverse case vinicole italiane.

L'ultima invenzione? "L'Arte Spumantistica", ovvero sia vini prodotti con uve di vitigni mai spumantizzati prima.
Documento pubblicato a cura di Maurizio Giusto – Collana Genius Loci
www.carpene-malvolti.com

IL RISPETTO DELL'AMBIENTE PER CANDY

Bilancio Ambientale: il documento redatto Candy Group si concentra

sul percorso svolto da 7 stabilimenti produttivi localizzati in Europa dal 2000 al 2007 nell'intento di migliorare l'impatto ambientale delle diverse attività industriali proprie dell'azienda, nel rispetto delle direttive che il gruppo si è voluto dare stilando una propria Politica Ambientale comune.

L'analisi dei dati, che per omogeneità sono stati parametrati in termini di prodotto, parlano innanzitutto di una riduzione del 21% nei consumi di energia elettrica e combustibili vari necessari per la produzione e il riscaldamento degli edifici.

Al tempo stesso tali miglioramenti, raggiunti grazie ad una progressiva modernizzazione degli impianti e ad una razionalizzazione delle linee produttive, hanno portato ad una riduzione delle emissioni di CO2 del 28,8% dal 2000 al 2007, con gli ultimi miglioramenti derivanti dal rinnovo del parco caldaie e dalla loro conversione a combustibili gassosi.

Il consumo di acqua, attestatosi dal 2006 a 0,30 mc per unità prodotta, ha poi segnato un significativo calo del 43% dal picco dell'anno 2001 (0,53 mc per unità), grazie ad una costante verifica delle possibilità di diminuzione dei consumi e alla scelta di privilegiare, negli impianti più recenti, circuiti chiusi di raffreddamento.

Sul versante dei rifiuti, infine, il report indica un costante contenimento delle quantità di rifiuti prodotte per unità grazie ad un coinvolgimento diretto dei fornitori in una più attenta gestione delle risorse e a specifici progetti di contenimento degli scarti produttivi, incrementando del 37% la quantità di rifiuti riciclati nel corso degli anni.

Documento pubblicato a cura di Candy Group
www.candy-group.com

L'IMPEGNO ETICO SECONDO PRINK

Programma di Responsabilità Sociale: è un'avventura che parte nel 1999 quella di Prink, con l'apertura a Bologna del primo negozio in Europa specializzato in consumabili per mac-

chine da ufficio, cui segue, nel 2001, la creazione del marchio e l'organizzazione della catena in franchising di negozi dedicati alla vendita di cartucce, toner e carta per stampanti. Lo sviluppo è rapidissimo: in soli due anni i punti di vendita toccano le 143 unità e nel 2007 raggiungono quota 400, con un'affermazione che parte dall'Italia per toccare diversi Paesi europei grazie a una gamma di oltre 3.000 referenze, ciascuna delle quali disponibile sia nella versione originale sia a marchio proprio.

Con l'intento di far conoscere il gruppo nella sua completezza, che non si ferma ai meri risultati economici, Prink rende disponibile on-line il suo programma di Responsabilità Sociale, basato su un codice etico interno che si fonda sui principi di onestà, trasparenza e solidarietà.

Tali concetti si traducono sul piano interno in rispetto e attenzione per i dipendenti, mentre all'esterno l'obiettivo è quello di evitare l'insorgenza di crisi e conflitti con i diversi gruppi d'interesse. Sul piano più squisitamente sociale, Prink ha inteso poi perseguire una gestione eco-compatibile grazie al programma "Love Nature", con il quale vengono perseguiti gli obiettivi di risparmio energetico delle diverse sedi, di riduzione dell'uso di materie prime e di gestione dei rifiuti attraverso il riutilizzo e il riciclo. Da questi presupposti nasce la collaborazione con Ecorecuperi per smaltire i consumabili esausti e recuperare cartucce e toner, ovvero tutti quei rifiuti che vengono classificati come "speciali non pericolosi" e che possono essere conferiti negli Eco Box presenti nei punti di vendita a marchio Prink. Non tralasciando l'impegno sociale, il gruppo ha poi stretto un rapporto di collaborazione con Save the Children Italia che si concretizza nella possibilità data ai possessori della Carta Vantaggi Prink di convertire i punti accumulati in donazioni alla Onlus e nell'impegno a garantire un importo minimo annuale e a raddoppiare le donazioni fatte dai propri clienti.

Documento pubblicato a cura di Prink
www.prink.it