

MARIO BAZZIGALUPPI DI GIANFRANCO BAZZIGALUPPI

L'azienda

Si tratta di una ditta individuale, fondata nel 1958 da Mario Bazzigaluppi. Nel 1982 è subentrato il figlio Gianfranco, che per qualche tempo si è avvalso della collaborazione dei figli, Chiara e Andrea Giovanni, che in seguito hanno avviato attività in proprio.

La ditta, che conta un limitato numero di dipendenti, attivi su più macchinari all'avanguardia, è presente nel settore della stampistica calzaturiera e nel settore degli stampi per articoli tecnici per l'imballaggio. Negli anni scorsi ha lanciato sul mercato nuovi prodotti per i quali ha ottenuto la conversione in modello di utilità dei propri brevetti.

Si rivolge al mercato dell'Unione Europea e il 70% del prodotto è destinato al mercato estero.

Sede principale: Corso Torino,116/A
27029 Vigevano
Tel. +39 0381329643
fax +39 0381329762.

Descrizione delle buone pratiche attuate dall'azienda

Le azioni di responsabilità sociale attengono in particolare all'area Luogo di Lavoro e ai Rapporti con la Comunità.

• *Luogo di Lavoro*

L'azienda è particolarmente sensibile e attenta alle esigenze dei propri dipendenti, mantenendo e sviluppando una relazione diretta e personalizzata con tutti i lavoratori.

La formazione del personale è un aspetto fondamentale per l'azienda: i dipendenti partecipano spesso a corsi di formazione sia in campo strettamente tecnico sia in ambiti relazionali (automotivazione, lavoro in team ecc.).

Al fine di migliorare l'equilibrio vita/lavoro, l'azienda promuove una politica di flessibilità oraria per i dipendenti.

L'azienda incentiva il valore della responsabilizzazione delle persone, sviluppando un clima di dialogo e di apertura tra i lavoratori, valorizzando il lavoro di gruppo e coinvolgendo il personale nella gestione aziendale.

Allo scopo di stimolare e rendere sempre più partecipe e attivo il personale, vengono offerti ai propri collaboratori incentivi alla produttività (premi) e livelli retributivi da contratto che valorizzano le competenze.

• *Comunità*

La formazione dei giovani è un problema che tocca molto da vicino il titolare dell'azienda, il quale si è impegnato in prima persona per cercare di risolverlo, promuovendo insieme all'istituto Roncalli di Vigevano un'iniziativa rivolta agli studenti allo scopo di illustrare ai giovani le opportunità offerte dal lavoro artigiano, promuovendo incontri con gli studenti delle scuole tecniche.

Nel 1994 è stato presentato il progetto per il corso di "Tecnico di stampistica" che è stato attuato durante il successivo anno scolastico ed è proseguito negli anni successivi ospitando gli studenti del "Roncalli" per gli stage di perfezionamento in azienda.



Nel 2002-2003 è nata la scuola di Stampistica intitolata a Mario Bazzigaluppi presso l'IPSIA "Vincenzo Roncalli" di Vigevano. Per i Corsi della Scuola viene utilizzato il

libro di Gianfranco Bazzigaluppi "La Stampistica Vigevanese Estro e Tecnologia a braccetto per il mondo" pubblicato nel 2001 con il contributo della Banca Intesa San Paolo e con il Patrocinio del Comune di Vigevano.



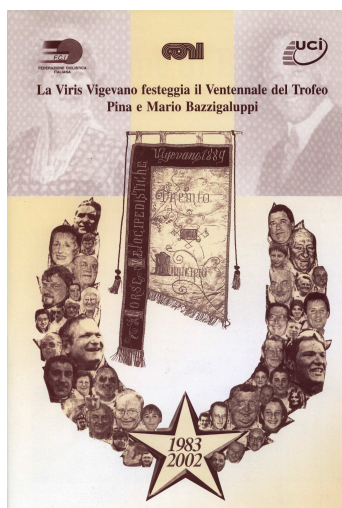
Sono stati inoltre realizzati dei corsi specifici di stampistica, seminari e corsi esterni per apprendisti. Nel 1999 la Direzione Generale Artigianato della Regione Lombardia ha avviato un progetto denominato "Corsi / Pilota per Apprendisti" che constava di otto corsi relativi alle diverse realtà produttive e di cui uno era basato proprio sulla Stampistica di precisione. Tale corso è stato tenuto nella sede operativa dell'azienda. CNA, Confartigianato ed ENAIP hanno avviato dei corsi per apprendisti di meccanica di precisione organizzati da Gianfranco Bazzigaluppi sia in sede lavorativa sia nei laboratori della scuola. L'azienda ha aderito ad Assomac ed alla Confartigianato Imprese Lomellina di Vigevano. Per quest'ultima Bazzigaluppi ha elaborato, a seguito della sua partecipazione al progetto di ricerca promosso dalla Camera di Commercio su "la Costruzione del mercato delle competenze per le imprese artigiane: un progetto pilota per il settore meccanico", il corso di orientamento

per le scuole di Vigevano "Impresa è bello. Artigiano ancora di più".

Da diversi anni Bazzigaluppi ha messo in atto iniziative a sostegno dello sport giovanile, tra le quali la sponsorizzazione di una società sportiva di ciclismo giovanile, la VIRIS di Vigevano.

Nel 1998 ha presentato al Convegno Nazionale della Federazione Ciclistica Italiana svoltosi a Riccione il Progetto "STOP AND GO", percorso ciclistico segnalato attuato praticamente sulle strade della provincia di Pavia e di Varese. Per la società ciclistica VIRIS Bazzigaluppi ha curato i libri "la VIRIS del Cinquantenario. Vigevano in bicicletta" (1997) e "La VIRIS Vigevano festeggia il Ventennale del Trofeo Pina e Mario Bazzigaluppi" (2002) ed è stato delegato ai Congressi nazionali di Saint Vincent (1997), Pesaro (1999) e Montecatini Terme (2000).





Collaboratore dei settimanali “L’Araldo LOMELLINO” e “Vigevano 2000”, per tre anni (dal 1994 al 1996) ha retto le sorti della Pro Loco / Ufficio I.A.T. (Informazione e Assistenza Turistica) della città, collaborando alla rifondazione dell’Associazione “Ex allievi Roncalli” e a numerose iniziative fieristiche.

L’azienda ha promosso programmi a sostegno di attività culturali. Dal dicembre 2004 Gianfranco Bazzigaluppi ha lavorato con l’Istituto Luigi Sturzo di Roma sul progetto di “Distretto Culturale” della città di Vigevano e della Lomelina, con l’obiettivo di valorizzare il patrimonio culturale integrando le risorse storiche, culturali e ambientali con le infrastrutture e le attività produttive del territorio. Il Progetto “Distretto Culturale Lomellina” partecipa al Bando della Fondazione CARIPOLO sugli Studi di fattibilità dei Distretti Culturali lombardi.

Ambiente

È praticata la raccolta differenziata dei rifiuti con attenzione al riciclo e al riutilizzo dei materiali. Sono stati realizzati prodotti a minore impatto ambientale con materiale ecologico (Cartellonistica e segnaletica per percorso STOP AND GO).

Per offrire un’immagine nel rispetto dell’ambiente e della natura, sono stati piantati alberi, piante e aiuole nell’area esterna allo stabilimento.



• *Fornitori e partnership commerciali*

Nei rapporti con clienti e fornitori, l'azienda fonda la propria politica commerciale su condizioni contrattuali trasparenti volti al dialogo e alla collaborazione, il rispetto e la puntualità dei termini di pagamento, il rispetto delle condizioni di salute dei lavoratori e di sicurezza del luogo di lavoro, dell'ambiente e dei diritti umani e dei lavoratori.

Comunicazione delle buone pratiche/fonti per recuperare informazioni sulle azioni di RSI praticate

La comunicazione delle iniziative realizzate avviene attraverso la rete Internet, documenti specifici e varie manifestazioni ed eventi pubblici.

La comunicazione all'interno dell'azienda avviene una o due volte al mese al fine di coinvolgere il personale nei progetti aziendali.

Innovazione di prodotto

In occasione della mostra "VINDESIGN" tenuta a Pavia nel 2006, sono stati presentati dei prodotti di design (portabottiglie e sotto bottiglie). Anche i cartelli segnaletici del Percorso Ciclistico STOP AND GO sono prodotti innovativi ed hanno ottenuto il modello di utilità.



Risultati per l'impresa (costi e benefici)/vantaggi per l'impresa

Per quanto attiene alla quantificazione dei costi derivanti dall'attuazione di politiche/iniziative di responsabilità sociale dell'azienda, non è possibile fornire una determinazione precisa e puntuale in termini di cifre. Si tratta principalmente del costo del personale impegnato nelle diverse attività realizzate.

I benefici immediati per l'azienda riguardano soprattutto

- La reputazione e l'immagine aziendale con effetti positivi sulla soddisfazione dei clienti
- Il miglioramento dei rapporti con le istituzioni e la comunità locale
- Gli effetti positivi sul grado di motivazione dei dipendenti e in generale sulle condizioni di lavoro all'interno dell'azienda

Tutto ciò si è tradotto in un aumento di produttività ed efficienza.

Benefici per la società / STAKEHOLDERS

- **Personale:** retribuzione correlata alle prestazioni lavorative, senso di appartenenza e lavoro di gruppo
- **Clienti/consumatori:** qualità di prodotto
- **Fornitori/partner commerciali:** apertura nelle relazioni con fornitori e soci d'affari
- **Comunità:** Possibilità di istruzione a livello locale
- **Pubblica amministrazione ed Istituzioni:** qualità e senso di appartenenza (distretto culturale)
- **Ambiente:** qualità dell'aria.

Motivazioni

L'azienda ha realizzato le diverse iniziative sotto la spinta motivazionale del proprio titolare da sempre interessato e consapevole della necessità e delle opportunità di sviluppare metodi di lavoro imperniati su obiettivi di crescita e nel coinvolgimento di tutte le persone impegnate nei processi aziendali. Tale motivazione si è rafforzata nel tempo grazie alla progressiva identificazione e adesione dell'azienda ai valori della responsabilità sociale.

Ostacoli

Nessuno.