

Vaccinazioni, via libera anche in azienda

Prevenzione. Firmato ieri l'accordo tra Governo, sindacati, Inail: «Un'opportunità non un obbligo» per il lavoratore. L'avvio della campagna dipenderà dalla disponibilità di fiale e personale sanitario. All'impresa i costi di gestione

LECCO

CHRISTIAN DOZIO

La campagna vaccinale sta ancora faticando a ricevere quell'accelerata di cui tanto si ha bisogno e si parla da settimane.

Adesso, però, grazie alla firma del protocollo, le strutture in cui le dosi di farmaco potranno essere iniettate si moltiplicheranno.

Il Governo e le parti sociali, con il supporto dell'Inail, hanno infatti sottoscritto l'accordo che permetterà l'avvio delle vaccinazioni anche nelle aziende aderenti ai dipendenti che vorranno farlo.

Cruciale sarà avere le dosi

Il punto focale dell'intera iniziativa, ancora, sarà quello relativo alla disponibilità dei vaccini, che negli ultimi mesi è stata carente rispetto alle previsioni.

Adesso, però, le basi per procedere con questo potenziamento della "macchina" sono state gettate, con il "Protocollo nazionale per la realizzazione dei piani aziendali finalizzati all'attivazione di punti straordinari di vaccinazione anti Sars-Cov-2/ Covid-19 nei luoghi di lavoro". Un protocollo adottato su invito del ministro del Lavoro e delle Politiche sociali **Andrea Orlando** e del ministro della Salute **Roberto Speranza**, che «hanno promosso

il confronto con le parti sociali al fine di contribuire alla rapida realizzazione del Piano vaccinale». Imprescindibili, in base all'intesa sottoscritta a livello nazionale, saranno anche altri elementi, oltre alla disponibilità di materia prima.

La decisione al lavoratore

In primo luogo, la base volontaria da un lato del datore di lavoro nell'attivarsi per dare forma a questa «opportunità aggiuntiva rispetto alle modalità ordinarie dell'offerta vaccinale che sono e saranno sempre garantite, nel rispetto dei tempi dettate dal piano nazionale di vaccinazione, qualora il lavoratore non intenda aderire alla vaccinazione in azienda».

Dall'altro, appunto, quella del dipendente, che non potrà essere costretto e nemmeno dovrà essere discriminato nel momento in cui negasse la propria disponibilità a sottoporsi all'iniezione.

Necessaria anche la presenza e disponibilità del me-

dico competente o comunque di personale sanitario, oltre al fatto che queste operazioni dovranno essere condotte nelle massime condizioni di sicurezza.

Dunque, quando ogni singolo piano aziendale sarà stato messo a punto, previa disponibilità di personale adeguato alle somministrazioni, raccolta l'adesione del personale disposto a vaccinarsi, con dosi a sufficienza si potrà partire anche con questa fase della campagna massiva.

Gestione "mista" dei costi

Questo, fermo restando che «i costi per la realizzazione e la gestione dei piani aziendali, ivi inclusi i costi per la somministrazione, sono interamente a carico del datore di lavoro, mentre la fornitura dei vaccini, dei dispositivi per la somministrazione (siringhe/aghi) e la messa a disposizione degli strumenti formativi previsti e degli strumenti per la registrazione delle vaccinazioni eseguite è a carico dei Servizi Sanitari Regionali territorialmente competenti».

Oltre ai lavoratori delle aziende aderenti alla campagna, a vaccinarsi potranno essere - secondo quanto previsto del protocollo ministeriale - «anche i datori di lavoro o i titolari».

© Riproduzione riservata



Una vaccinazione somministrata al "Manzoni" di Lecco

Il commento

Il presidente Riva «Incognita dosi»

Soddisfazione e cautela

Dopo le perplessità espresse in occasione della sottoscrizione dell'accordo su base regionale, i sindacati - adeguatamente coinvolti - hanno condiviso la ratio del provvedimento e firmato l'accordo, che riguarderà dunque tutti i lavoratori delle aziende aderenti, a prescindere dalla tipologia contrattuale.

Decisiva, dunque, è a questo punto la disponibilità di aziende e imprenditori a manifestare la volontà di attuare piani aziendali per la predisposizione di punti straordinari di vaccinazione. Le imprese che hanno espresso il loro favore rispetto a questa iniziativa sono infatti circa 7.500 in Italia.

«La sottoscrizione dell'accordo - è il commento del presidente di Confindustria Lecco e Sondrio, Lorenzo Riva - è una premessa importante affinché le aziende, che già da tempo si sono messe a disposizione, possano contribuire in modo concreto al progresso della campagna vaccinale, che è l'unico vero strumento efficace innanzitutto per uscire dall'emergenza sanitaria, e poi per ridare slancio al Paese. Manca però da sciogliere il nodo fondamentale che è quello della disponibilità dei vaccini, che speriamo non si faccia attendere oltre. Non appena questa ci sarà, le imprese potranno agire a fianco della comunità nell'affrontare una sfida determinante». **C. Doz**

Dal 1920 Mauri Formaggi Oggi è un "marchio storico"

Importante traguardo

L'azienda di Pasturo inserita nel Registro del Ministero. Dopo la tenuta del 2020 investimenti a Treviglio

Un nuovo riconoscimento di prestigio per Mauri Formaggi, nei mesi che seguono i cento anni di attività, festeggiati nel 2020. Il marchio che con-

traddistingue i prodotti dell'azienda "Emilio Mauri" di Pasturo, ha ottenuto infatti l'iscrizione nel Registro speciale dei marchi storici di interesse nazionale, istituito dal Ministro dello Sviluppo Economico presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi.

«L'accesso al Registro è riservato ai marchi che hanno almeno 50 anni di storia, ma noi pos-

siamo orgogliosamente dire che le nostre origini si spingono molto più lontano - commenta **Nicoletta Merlo**, presidente e amministratore delegato di "Emilio Mauri" -. Era il 1920 quando **Emilio Mauri** decise di fondare un'azienda moderna partendo dalla lunga tradizione casearia che alla qualità univa la stagionatura dei formaggi nelle grotte, per ottenere prodotti con



Formaggi Mauri

un sapore inconfondibile e inimitabile. Le grotte sono restate e le consideriamo una parte importante del nostro patrimonio ma, naturalmente, il processo produttivo si è evoluto e ogni anno introduciamo innovazioni».

Quello del controllo dell'intera filiera del latte, al 100% di provenienza italiana sia per i prodotti di latte vaccino sia per quelli di latte caprino, è uno dei fiori all'occhiello dell'azienda che ha fatto della qualità della materia prima un pilastro sul quale di basa la ricerca dell'eccellenza per l'intera produzione. «Arriviamo da un periodo complesso per tutti e il timore è che dovremo ancora attendere

per lasciarcelo completamente alle spalle - sottolinea **Emilio Minuzzo**, che rappresenta la quinta generazione della famiglia Mauri presente in azienda -. Possiamo definire il 2020 un anno in tenuta: nonostante il nostro non sia un prodotto soggetto all'effetto scorta, come può essere per pasta, farine e simili, grazie agli sforzi per essere ancora più attenti e vicini ai clienti abbiamo ottenuto buoni risultati. Da imprenditori noi guardiamo avanti con fiducia e, infatti, attualmente siamo impegnati in un significativo ampliamento dello stabilimento di Treviglio, che aggiungerà 2.500 mq a quelli attualmente in uso». **C. Doz**

Export del sistema food Pronta la vetrina digitale

Inbuyer Digital

Dal 13 al 15 aprile l'evento di Camera di Como-Lecco che promuove incontri con operatori internazionali

Prosegue con il nuovo focus, dedicato nei prossimi giorni al Food, l'iniziativa Inbuyer Digital, lo strumento promosso dalle Camere di Commercio lombarde con Regione Lombardia e realizzato da Promos Italia per favorire l'export delle imprese locali.

Anche quest'anno la Camera di Commercio di Como-Lecco partecipa con la propria Azienda Speciale Lario Sviluppo Impresa al progetto che nelle scorse settimane ha già avuto modo di proporre diversi appuntamenti. Il tutto nella nuova veste completamente digitale lanciata lo scorso anno, con l'organizzazione virtuale di B2B con buyer e operatori dei principali mercati esteri accuratamente selezionati ed interessati al prodotto o servizio "Made in Italy", tramite una piattaforma dedica-

ta: una vetrina virtuale che offre opportunità di business one-to-one nei mercati internazionali.

Dal 13 al 15 aprile, dunque, a tenere banco sarà l'evento digitale dedicato al settore del Food-Grande distribuzione, promosso dalla Camera di Como-Lecco con il Sistema camerale Lombardo e Regione Lombardia. Durante la manifestazione si terranno incontri con qualificati buyer provenienti da Europa, Israele, Singapore, Sudafrica, Tunisia, Turchia e Stati Uniti.

Il focus sarà su alcune categorie merceologiche: aceto, bevande analcoliche, caffè, condimenti/salse/sughi, conserve, dolci, drogheria e olio, pane e prodotti da forno, pasta/riso, prodotti caseari, salumi, surgelati. **C. Doz**

Boom di imprese ".it" Dopo Milano c'è Lecco

Domini internet

Sono i liberi professionisti a costituire il gruppo più rilevante nel trend cresciuto in Lombardia di ben 4 punti

Un vero boom, nell'anno del lockdown: durante il 2020 sono stati registrati 592.821 nomi con dominio ".it", con una crescita del 13,2% rispetto al 2019. Un trend che si traduce in una demografia digitale nostrana in crescita di oltre 4 punti (4,20%), per un totale di

3.374.790 nomi ".it"; tanti sono infatti quelli presenti in Rete al 31 dicembre 2020 in base al censimento del Registro .it, organo che opera entro l'Istituto di Informatica e Telematica del Cnr.

Anche tra il 2018 e il 2019 la targa Internet dell'Italia era cresciuta, ma è nell'anno della pandemia che la Rete ha rappresentato un porto sicuro anche per l'utenza italiana. Guardando alla demografia delle imprese nell'insieme totale dei domini .it, nella classifica delle province primeggia Milano (Tasso di pe-

netrazione, ovvero quanti domini .it ogni 10 mila imprese attive: 26,01), davanti proprio a Lecco (Tp: 24,42) e a Trieste (23,42). Fanalino di coda Nuoro (5,51). Tra le regioni, al primo posto sempre le aziende della Lombardia (22,19), davanti a Trentino Alto Adige (22,14).

Tra gennaio e ottobre 2020, gli italiani hanno registrato 428.788 nuovi nomi a dominio ".it"; di questi, quasi la metà (49%) appartiene a persone fisiche, mentre il 41% è stato registrato dalle imprese. L'aspetto più rilevante riguarda i liberi professionisti: con quasi 30.000 nuovi domini registrati, la presenza digitale di questa categoria è cresciuta del 35% in un solo anno. **C. Doz**