

taforma di streaming musicale Spotify: grazie alla partecipazione della giornalista Paola Maureri, dello chef Davide Oldani e del cestista Bruno Cerella, sono state infatti create delle playlist personalizzate dedicate agli utenti residenti nel Milanese, accompagnate da consigli e informazioni su come utilizzare l'acqua in modo responsabile, evitandone gli sprechi. Un'iniziativa nata a seguito delle analisi sull'utilizzo dell'acqua durante le attività quotidiane, sviluppatasi proprio in un periodo in cui gli utenti sono stati confinati tra le mura di casa, e quindi portati a utilizzare per tempo maggiore l'acqua del rubinetto. Tra le analisi effettuate dalla utility in questo periodo risaltano anche quelle riguardanti i consumi idrici, che hanno registrato un incremento dell'8% al consumo domestico, mentre, a seguito del sostanziale blocco del sistema produttivo, è calato del 17% l'utilizzo nei settori dell'industria, del commercio e dell'artigianato.

Un segno concreto di come il Covid-19 abbia colpito i molti settori produttivi che sono stati

fermati, escluso il comparto alimentare, che tradizionalmente è uno dei più grandi consumatori di acqua insieme all'agricoltura.

Una cartina tornasole, quella dell'acqua, che indica quanto sia cambiato lo stile di vita dei cittadini dei comuni della Città metropolitana di Milano alle prese con la reclusione forzata: complici la chiusura delle scuole e l'adozione dello smart working, infatti, durante il lockdown la partenza della mattinata si è spostata di un paio di ore in avanti, con il picco di consumi alle 8.30 anziché alle 6.30. Un progetto di solidarietà a 360°, quello messo in atto da Gruppo CAP, che si è rivolta a tutti gli utenti e ai settori maggiormente colpiti dall'emergenza, senza però dimenticare di preparare l'azienda per la ripartenza prevista per la seconda parte dell'anno e per il 2021: la utility ha infatti adottato alcuni strumenti di natura finanziaria e gestionale per mettere in sicurezza i conti aziendali, con una riduzione dei costi e una riorganizzazione che permetta una ripresa graduale e in sicurezza di tutte le attività.

MADDALENA

PUBBLIREDAZIONALE

L'innovazione alla base della sicurezza



INSIEME
PER
RIPARTIRE



Maddalena SpA crede da sempre nell'importanza dell'innovazione tecnologica, non solo per offrire migliori performance di prodotto, ma anche per contribuire a creare, per l'intera comunità di cui fa parte, uno stile di vita ottimale da ogni punto di vista, compreso quello della sicurezza.

La risposta alle problematiche sanitarie e produttive causate dall'emergenza Covid-19 è stata improntata alla mas-

sima rapidità di reazione e alla tutela prioritaria della salute dei suoi collaboratori. Lo svolgimento delle attività aziendali è stato adeguato in base ad uno specifico protocollo di contenimento della diffusione del virus negli ambienti di lavoro, anticipando, in alcuni casi, gli obblighi dei D.P.C.M. e delle ordinanze a livello regionale.

A seguito di tali accorgimenti, non vi sono stati casi di contagio nella sede e la capacità produttiva di Maddalena è tornata al 100%, dopo un solo mese di operatività ridotta. L'Azienda è quindi in grado di assicurare la sicurezza delle forniture, anche per merito dell'impegno e della dedizione dei propri dipendenti, che sono stati fondamentali per superare queste circostanze eccezionali.

L'emergenza ha reso evidenti tutte le potenzialità della comunicazione a distanza, una forma di interazione nata per facilitare il lavoro delle persone e che si è trasformata in una necessità per tutelare la salute. Maddalena ha sempre creduto in questo approccio e fornisce le più avanzate soluzioni di smart metering per facilitare la raccolta in remoto dei dati, limitando quindi al massimo i contatti. All'improvviso, quello che era un progetto d'avanguardia si è trasformato in una metodologia con enormi vantaggi da sfruttare nell'immediato. Maddalena riafferma quindi la sua filosofia di base, attenta all'innovazione e alla tensione verso la progettazione di prodotti in grado di coniugare precisione, funzionalità, performance e praticità di utilizzo: per questo motivo anche i principali materiali di comunicazione, dal sito web alle brochure, hanno visto un restyling, per dare ancor più risalto a tale impostazione e venire incontro alle richieste di servizio dei clienti.