

Italgest. La società salentina apre agli acquisti verdi

Boe che rispettano il mare

Un sistema di "boe intelligenti", che dichiara guerra al fenomeno dell'"ancora selvaggia", una cattiva abitudine del turismo nautico che ogni estate stravolge l'habitat sottomarino. La soluzione è stata messa in campo da Italgest Mare, costola della holding Servizi del gruppo Italgest e concessionaria del ministero dell'Ambiente per la realizzazione di campi boe telematici nelle aree marine protette d'Italia. Una ventina di gavitelli elettronici sono stati posizionati nella Baia dell'Orte, lungo la costa di Otranto. Per prenotare il posto basta digitare sulla tastiera del telefono il numero di un call center. Quindi, una chiave elettronica consente a chi arriva dal mare l'accesso al sistema di attracco. E le tariffe variano a seconda della località.

Paride De Masi, 40 anni, uomo simbolo del gruppo pugliese, di cui è presidente e amministratore delegato, spiega la filosofia di un'azienda del Mezzogiorno che fa della tutela dell'ambiente il suo cavallo di battaglia: «L'idea è quella di mettere in campo un tipo di

produzione che risulta compatibile con l'ecosistema. Non bisogna dimenticare che nelle aree marine protette non ci si poteva nemmeno avvicinare. Adesso abbiamo individuato una soluzione che consente di attraccare senza rovinare i fondali».

In tutti i settori in cui è attivo, dall'energia all'habitat all'hi-tech, il gruppo di Melisano (in provincia di Lecce) ha adottato un modello imprenditoriale che rispetta l'uomo e la natura. «Abbiamo messo assieme un gruppo di lavoro sugli acquisti verdi — spiega De Masi —. Stiamo studiando una serie di prodotti, realizzati con materiali riciclati, che in un secondo momento verranno esposti in un outlet di oltre 600 metri quadrati». Non si tratta solo di un punto vendita al dettaglio, ma di un luogo per diffondere la cultura dello sviluppo sostenibile anche sulla base di incontri con scuole, consumatori, aziende private e pubbliche amministrazioni. Un punto di riferimento per il mondo dell'ecologia e dei prodotti verdi in Puglia, per l'acquisto non solo di prodotti eco-

logici ma anche di servizi e impianti di ecoefficienza.

Al miglioramento aziendale e alla tutela dell'ambiente si aggiunge un forte attaccamento al territorio di appartenenza, che si manifesta nel tentativo di sviluppare il tessuto produttivo del Salento. Le risorse non dovrebbero mancare: nel piano industriale si parla, solo per l'Italia, di oltre 200 milioni di euro di ricavi entro il 2010. «Ci piace l'idea di valorizzare le qualità italiane, che nascono e si sviluppano sul territorio — conclude il numero uno del gruppo —. Ci riconosciamo nella filosofia della "soft economy". Vogliamo dimostrare che è possibile fare business nel pieno rispetto dell'ambiente». Un messaggio in controtendenza, che avrà nella Campionaria una cassa di risonanza.

An. C.