

MENO ARIA CONDIZIONATA IN ESTATE

I tagli dell'Eni: via la cravatta per risparmiare

CONTRO GLI SPRECHI ENERGETICI

I tagli dell'Eni: via le cravatte per risparmiare

L'azienda ha deciso di alzare di un grado la temperatura dell'aria condizionata, in cambio saranno tollerati abiti casual

di **Marcello Zacché**

■ Paolo **Scaroni** è il capo dell'Eni, la più grande azienda italiana, tra i primi cinque gruppi petroliferi del mondo. Ma non va confuso con Ebenezer Scrooge, il leggendario riccastro inventato da Charles Dickens che custodiva personalmente il secchio del carbone affinché, alimentando la stufa con un solo pezzo alla volta, non se ne facesse spreco. Mentre il suo impiegato, Bob Cratchit, moriva di freddo. Anche **Scaroni**, scduto su un gruppo che macina 5 miliardi di utile netto l'anno, ha deciso di risparmiare: quest'estate abbasserà di un grado l'aria condizionata negli uffici (...)

(...) italiani, per tutti i suoi 39mila dipendenti. Ma in cambio gli permetterà di lasciare a casa la cravatta. Per quattro mesi, da ieri fino al 30 settembre, in azienda «si potrà optare per un abbigliamento più fresco e leggero, pur mantenendo uno stile appropriato al luogo di lavoro», dice **Eni** in una nota interna. La cravatta resta per le «occasioni formali». E per i maschietti, naturalmente (le femmine, almeno su questo lato, sono avvantaggiate in partenza).

L'iniziativa è al suo terzo anno e ha già prodotto risultati significativi: nel 2009 un risparmio di 400mila kilowattore, pari al 10% in meno di energia per condizionatori, con 224 tonnellate in meno di CO2 finite nell'atmosfera. In moneta non è una cifra enorme: un taglio stimato nell'ordine dei 60mila euro. Ma l'impulso che muove **Scaroni**, per l'an-

punto, non è lo stesso di Scrooge. Non è il taccagno che strapazza i dipendenti per guadagnare qualche cent di più. Bensì il manager che dall'azienda energetica per antonomasia manda un segnale di risparmio energetico al Paese. E forse un po' anche al mondo, vista la presenza del «cane a sei zampe» in 77 Paesi con quasi 80mila dipendenti. La campagna «**Eni** si toglie la cravatta» fa esplicito riferimento all'«uso smodato dei condizionatori» ed è coerente con l'altra iniziativa di sensibilizzazione di consumi, quell'«**Eni** 30 per cento» che indicava 24 semplici accorgimenti quotidiani (dall'uso della lampadina a basso consumo, a quello delle marce alte in auto) che, senza modificare il nostro tenore di vita, ci consentirebbe di risparmiare fino al 30% sulla bolletta energetica. D'altra parte la metafora della cravatta è già stata usata dal Parlamento giapponese e la si ritrova anche, dal 2006, nella risoluzione del Parlamento di Strasburgo sul progetto di bilancio dell'Unione europea.

Che sia **Eni** a rilanciare il progetto fa però anche pensare che la questione sia seria. Pensateci: siamo di fronte a un produttore di energia che ci invita a consumare meno il suo stesso prodotto. Forse non è solo una questione di «tagli», ma anche un tema di sostenibilità dei consumi che, prima o poi, dovremmo porci tutti.

