

calda che può essere utilizzata sia per il riscaldamento delle abitazioni sia per uso sanitario”.

Ma in casa Tagliavini, l'attenzione verso l'innovazione da sempre va di pari passo con la formazione tecnica. “Ho sempre ritenuto essenziale trasmettere, in particolare ai giovani, l'esperienza che abbiamo acquisito negli anni, per questo è indispensabile la formazione tecnica nelle scuole, soprattutto professionali. Abbiamo sempre più bisogno di giovani tecnici qualificati”, prosegue Tagliavini. “Purtroppo, negli anni scorsi, è stato diffuso in Italia un grave pregiudizio sulla formazione tecnica, che derivava da una falsa contrapposizione con la formazione umanistica. Non può esserci lavoro senza scuola, senza sicurezza o senza preparazione tecnico-professionale. Apriamo la mente anche noi adulti, se vogliamo essere credibili e autorevoli con le nuove generazioni. La cultura dà un contributo essenziale alla stessa manualità e migliora qualsiasi progetto”, conclude Tagliavini.

GLI OCCHI DI TELEIMPIANTI VIGILANO SULLE DUE TORRI

Anche la Torre degli Asinelli dorme sonni più tranquilli, grazie a Teleimpianti.

Nei mesi scorsi si sono infatti conclusi i lavori per la protezione del monumento simbolo di Bologna, sostenuti dalla Fondazione Enzo Hruby di Milano e realizzati da Teleimpianti SpA, società specializzata nella progettazione, installazione e manutenzione di sistemi di sicurezza.

Lazienda bolognese interviene per la seconda volta in meno di un anno



Giulia Barcelloni-Corte con il sindaco di Bologna, Virginio Merola

nella nostra città, dove ha già realizzato il sistema di videosorveglianza nel Santuario della Beata Vergine di San Luca. La sicurezza della Torre degli Asinelli è garantita da una soluzione integrata in grado di rilevare ogni tentativo di intrusione, da un sistema antincendio di grande importanza considerato che la Torre è per forme e materiali molto esposta al pericolo incendio e da un avanzato sistema di videosorveglianza che permette di controllare i flussi di turisti e i passaggi più impervi, in grado di offrire, in caso di necessità, un valido supporto alle indagini delle Forze dell'Ordine. In particolare cinque sono le telecamere in esterno: due sulla sommità, per la ripresa del camminamento panoramico, una a piano terra che riprende l'ingresso, e due sulla prima cornice, a controllo delle strumentazioni che sorvegliano lo stato sia della Torre degli Asinelli che della Garisenda. L'intero sistema di videosorveglianza, costituito da telecamere antivandalo Day&Night che permettono la visione anche di notte tramite illuminatori a raggi infrarossi, è collegato a un videoregistratore a 8 canali che può essere collegato a internet. Tutte le immagini riprese sono registrate in modalità digitale ad alta definizione 24 ore su 24, 365 giorni all'anno. Già nei primi mesi si

sono visti i risultati dell'aver installato le telecamere: i vandalismi opera dei writers si sono completamente annullati. Considerato il grande valore storico-artistico del contesto è stata posta la massima attenzione nel mimetizzare le apparecchiature di sicurezza nel rispetto della struttura architettonica. “L'intervento svolto sulla Torre Asinelli – ha dichiarato il sindaco di Bologna, Virginio Merola – è l'esempio di come una stretta e proficua collaborazione tra pubblico e privato possa portare dei benefici a vantaggio di tutta la cittadinanza”.

TOUCHÉ PREMIATA AL CONCORSO “PAROLE D'IMPRESA”

Quando in azienda si parla di sicurezza, meglio non fare troppe acrobazie. Nessun dirigente vorrebbe far correre ai propri dipendenti gli stessi rischi a cui è sottoposto un circense. Su questo concetto è basata l'idea pubblicitaria e di comunicazione realizzata da Touché e declinata in campagna stampa: brochure di 34 pagine tradotte in tre lingue, minisito internet dedicato e direct mailing inviato ad aziende in target. Con questo progetto l'agenzia di comunicazione nata a Bologna nel 2006 ha conquistato il primo posto di categoria alla prima edizione di “Parole d'Impresa”, il concorso che premia il miglior progetto di comunicazione pubblicitaria su carta stampata, promosso e organizzato da Piccola Industria Confindustria e UPA con il sostegno del Sole 24 Ore e in collaborazione con la rivista “L'imprenditore”. La campagna pubblicitaria è stata com-