

Gruppo Piumatti e Bra Servizi sempre più "social": la sensibilizzazione ambientale diventa virale

Un'anima storicamente sociale, a cui se ne affianca una sempre più social. Il Gruppo Piumatti e l'Azienda madre Bra Servizi stanno sviluppando la propria presenza sui social network, a partire da Facebook, con l'obiettivo di raggiungere un crescente numero di giovani e di famiglie rendendo più capillare il proprio messaggio di sensibilizzazione sulle attività svolte a favore dell'ambiente e sulle buone prassi per salvaguardare la natura e le sue risorse.

Sensibilizzazione che passa anche tramite dei simpatici giochi a quiz su FB, come l'invito a rispondere sul perché il logo dell'Azienda, di cui quest'anno ricorrono il 27° anniversario della fondazione per merito del Patron Giuseppe Piumatti, abbia il colore rosa: certamente in omaggio alle due figlie Sonia e Sabrina, che lo coadiuvano con successo e costanza nella gestione manageriale del Gruppo, ma anche per far risaltare visivamente l'anima rosa di una articolata realtà imprenditoriale che occupa ai vari livelli personale femminile pari al 65% del totale impiegato.

"Mentre nel settore pubblico e para pubblico si parla da sempre di quote rosa, come se fosse necessario ogni volta ribadire una riserva indiana per misericordia, noi siamo impegnati ad attuare la svolta rosa, perché nessun settore come quello dei servizi ambientali ed ecologici si coniuga al meglio con una sensibilità femminile che nasce dalla sfera familiare e arriva a toccare ogni altro

ambito sociale nel segno della sostenibilità delle azioni e dei comportamenti - commenta la famiglia Piumatti, annunciando che i tre vincitori del quiz social si sono aggiudicati la possibilità di una visita gratuita agli stabilimenti del Gruppo di corso Monviso a Bra e ai due Musei della Bicicletta e della Scrittura meccanica, censiti anche da Trip Advisor, per gruppi fino a un massimo di otto persone per ciascun vincitore. Trittico di vincitori che, per velocità di risposta, vede sul podio FB Alberto Gagliardo, Franca Benedizione e Silvana Ariolfo.

La comunicazione sociale e social del Gruppo si appresta a riservare nuove sorprese e nuovi likes verso azioni in grado anche, come si è visto, di favorire un turismo di nicchia ma crescente nel circuito museale e fra le eccellenze economiche del territorio braidese.

