

La spinta della partecipazione attiva

La comunicazione

I programmi

Alessandra Capozzi

La parola d'ordine della sostenibilità deve essere la "concretezza", non una moda ma un modo di essere, di partecipare. E il percorso scelto dalle imprese è stato al centro del panel "Dare energia alla qualità della vita: innovazione e sostenibilità". «Per cercare di bilanciare il famoso "energy trilemma" (la sicurezza energetica, la sostenibilità ambientale e l'equità energetica) è fondamentale una sinergia tra governo, pubblico e privato,

agire di concerto e con una architettura di sistema. E l'innovazione consente alle imprese di raggiungere le sfide», ha spiegato Federica Brunetta, professoressa di Economia e Gestione delle Imprese della Luiss.

Ha portato l'esperienza concreta di un'azienda, l'Enel, che ha nel dna l'innovazione e la sostenibilità tanto da coniare il percorso dell' "Innovability", Fernanda Panvini, head of Sustainability Initiatives and Circular Economy di Enel Italia. Dal crowdfunding alle comunità energetiche alle piattaforme per presentare progetti, perché è importante il «fare con» per intercettare i bisogni, favorire la partecipazione attiva.

Per farlo, però, serve anche una "co-

municazione alla sostenibilità", scendere sul territorio per trasferire agli stakeholder un messaggio. Come ha spiegato Antonio Disi, Creative Consultant, Energy efficiency expert, Behavioural designer di Enea che supporta il Mase gestendo un programma innovativo di gestione e formazione triennale perché «bisogna accompagnare questo cambiamento e serve qualcuno che funga da aggregatore». Un cambiamento misurabile. **Ermete Realacci**, presidente di Fondazione **Symbola**, evidenzia che essere sostenibili «conviene alle imprese» e cita uno studio condotto con Ipsos sulla percezione dei cittadini da cui emerge l'attenzione crescente verso la sostenibilità.

RIPRODUZIONE RISERVATA

