

Trecentosessantamila imprese nel nostro Paese hanno scommesso sull'energia pulita. Così la lotta fra ambiente e industria si è trasformata in un'alleanza. Da coltivare

Moda e design la fabbrica è green

ANTONIO CIANCULLO

Dal divorzio all'alleanza. Dopo una lunga stagione di conflitto tra i conti dell'ambiente e quelli dell'economia, con i profitti che schizzavano verso l'alto e gli ecosistemi che affondavano, una parte dell'Italia sperimenta un'inedita intesa tra territorio e produzione. Riconoscerla, individuare gli imprenditori ecologisti, non è difficile: in piena crisi gode di buona salute. Le 360 mila imprese che hanno scommesso sul green hanno una capacità d'innovazione più che doppia rispetto alle altre, un volume di export di oltre il 50 per cento superiore e, invece di licenziare, assumono: sono 250 mila i posti di lavoro programmati per quest'anno.

Il profilo delle 360 mila aziende che puntano sul verde è disegnato nella ricerca sulle imprese italiane coordinata da Domenico Sturabotti, che la fondazione **Symbola** sta ultimando. A sorpresa, accanto ai settori più noti come le fonti rinnovabili e l'agricoltura di qualità, troviamo outsider che si sono ritagliati uno spazio nella competizione globale spingendo sul pedale dell'innovazione, della fantasia e dell'attenzione all'ambiente.

Partiamo dalle giostre. La capitale mondiale di questo business, che in Europa vale un miliardo di presenze annue, è in Polesine, a Bergantino e Melara, due paesi in cui da sempre si costruiscono sogni. Già nel medioevo i laboratori e le botteghe della zona erano conosciuti e apprezzati per l'arte di regalare emozioni, un'attività che è stata rilanciata su scala industriale all'inizio del Novecento e oggi conta, su scala regionale, 100 aziende, 3 mila addetti, un fatturato totale di 250 milioni di euro l'anno. Troviamo giostre venete al luna park di Coney Island a New York, al Dinosaur Park di Pechino, all'Europark di Parigi, in buona parte dell'America latina, in India, in Vietnam, in Russia, in Tajikistan. Giostre ché, viaggiando, hanno portato innovazione ambientale. Un esempio è Technical Park che ha fornito a Copenhagen la prima Flying Fury, una struttura che dispone di un sistema di recupero di energia che utilizza pannelli solari, in modo da indirizzare sul funzionamento di altre giostre i kilowatt non impiegati durante le fasi a minore velocità, o quando il giro sta per finire.

Ci sono anche settori meno spettacolari ma che producono profitti e aiutano marchi noti del made in Italy. Come quello delle

macchine agricole. A Campodarsego, sempre in Veneto, due fratelli, Egidio e Giorgio Maschio, negli anni Sessanta hanno messo

a punto, ingegnandosi nella stalla della loro casa, una fresatrice destinata a diventare la prima tappa di una filiera industriale basata su tecnologie a basso impatto ambientale, sul fotovoltaico per alimentare la produzione, sulla certificazione ISO9001. Il modello di business è la

globalizzazione radicata nel territorio e rafforzata da un patto con il sindacato che ha garantito per 3 anni il posto di lavoro a tutti i dipendenti.

Nella moda, a parte Gucci che da tempo investe in impegno etico e sostenibilità, la ricerca di **Symbola** cita i jeans della Fimatex che ha inventato un sistema naturale per sostituire la micidiale tecnica della «sabbatura» (polveri abrasive per invecchiare

i pantaloni che aumentano il rischio silicosi per i lavoratori). Il gruppo abruzzese — 1.000 dipendenti, 15 milioni di capi — ha anche brevettato lo zero-water-jeans, un processo che abbatte del 90 per cento l'acqua utilizzata durante il lavaggio.

In campo alimentare c'è un dato base positivo di base: il 54,9 per cento delle imprese agricole ha ridotto l'uso di energia e acqua, il 15,3 per cento usa fonti rinnovabili, il 22 per cento ha diminuito l'impiego di concimi chimici e pesticidi. E ci sono casi di eccellenza. Come l'azienda Caprai, capofila del progetto della Doc Montefalco per diminuire le emissioni serra legate alla produzione del vino. O il pastificio Jolly Sgambaro che, garantendo la massima vicinanza tra campi e azienda, produce la prima pasta italiana a chilometri zero. Infine, sul fronte dei materiali riciclati, troviamo Valcucine (cucine riciclabili al 100 per cento) e Kube-design, pioniere nel campo dell'arredo in cartone riciclato, che è arrivata a progettare mobili sempre più sofisticati. «La chiave generale della green economy in Italia è il matrimonio tra innovazione, territorio e bellezza», spiega Ermete Realacci, presidente di Symbola. «È importante il settore dell'edilizia: una casa costruita e coltata bene fa risparmiare 1.500 euro all'anno di bollette».

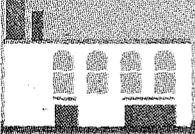
© RIPRODUZIONE RISERVATA

*In ogni parte del globo la terra è al centro della rinascita e anche del business
Bisogna sostenere i giovani che vogliono investire in questa preziosa risorsa*

Il riciclo

35% di rifiuti urbani

in Europa nel 2010 è stato riciclato (23% nel 2001)



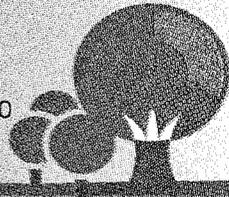
50%
l'obiettivo
entro il 2020

Le foreste

-30% di biodiversità in 40 anni (-60% nei Tropici)



Ogni 2 secondi viene distrutta un'area di foreste grande quanto un campo da calcio



IL CONCERTO

Fiorella Mannoia e Khaled si esibiranno al teatro della Luna a Milano Assago. I biglietti su ticketone.it, a partire da 15 euro. Il ricavato sosterrà progetti green

IL WEB

Su earthdayitalia.org a partire dalle 14 spot green e performance a tema. Intervengono: Zygmunt Bauman, Kim Rossi Stuart, Arisa, Irene Grandi



LA SCUOLA

Timberland e Legambiente a sostegno della Scuola per l'infanzia Barabino a Milano: oltre 5 mila metri quadrati di verde da risanare insieme ai bambini



LA FOTOGRAFIA

Shoot4PLANET una chiamata alle armi fotografiche per un racconto di immagini nella Giornata Mondiale della Terra. Basta caricarle sui social media o sul sito

Gli animali



60% delle farfalle scomparse negli ultimi vent'anni

75% degli orsi polari rischia di scomparire entro il 2050



il circolo polare artico

dal 1979 ghiacci dimezzati

2012 record

di ghiacci scomparsi: da 7 a 3,41 milioni di km quadrati

fonti: Oms, Istat, Wwf, Ispra, Eea, Greenpeace

