



Il punto

Sostenibilità un aiuto per il rilancio della nostra economia

di **Ermete Realacci**

Uno dei cambiamenti sociali più importanti dell'ultimo decennio è rappresentato dalla crescente importanza che i cittadini attribuiscono al tema della sostenibilità. Un tema che risulta familiare a quattro persone su cinque, troppo spesso sottovalutato dalla politica, che accompagna l'adozione di comportamenti virtuosi, che vanno dal crescente impegno nella raccolta differenziata dei rifiuti alle scelte di acquisto e consumo, al risparmio energetico. I cittadini sono sempre più informati, più consapevoli e attivi, e quindi più disponibili a mettere in discussione abitudini consolidate, stili di vita e modelli di consumo ancorati al passato. Un cambiamento che sta interessando anche le imprese, i corpi intermedi, i mondi associativi e della rappresentanza, i media, come pure la scuola, da quella primaria fino all'università e che sembra aver avverato trent'anni dopo la visione del 1994 di Alex Langer, uno dei padri dell'ambientalismo, che "La conversione ecologica potrà affermarsi soltanto se apparirà socialmente desiderabile".

Ma cosa sta rendendo socialmente desiderabile la conversione ecologica in Italia? Come si spiega questo profondo cambio di atteggiamento e di prospettiva che ha investito anche il nostro Paese, consentendo di superare resistenze e un'atavica refrattarietà al cambiamento? Dalla ricerca "Sostenibilità è Qualità" svolta da Fondazione Symbola e Ipsos sono emersi dei risultati sorprendenti: i tre driver che spingono a una maggiore attenzione alla sostenibilità sono, in ordine crescente di importanza, l'e-

tica (dà un contributo pari al 6,5%), la paura, in particolare per i cambiamenti climatici e per il futuro del pianeta, (contribuisce per il 37%) e la qualità (con un contributo pari al 56,5%). Un prodotto sostenibile è considerato migliore non solo per il suo effetto sull'ambiente ma perché ha prestazioni che rispondono di più ai nostri bisogni. Ci si fida di più di un'impresa sostenibile: questo spiega la forte attenzione di larga parte del mondo economico anche se il greewashing è talvolta in agguato. Ma la sostenibilità è la green economy non sono solo necessarie per affrontare la crisi climatica e gli altri problemi aperti. Rappresentano una grande opportunità per rendere la nostra economia e la nostra società più a misura d'uomo e per questo più capaci di futuro. È quello che emerge da oltre un decennio dal rapporto GreenItaly di Symbola e Unioncamere: negli ultimi 5 anni sono 510.000 le imprese italiane che hanno fatto investimenti legati all'ambiente, oltre 35.000 in Toscana. E sono ormai 3,2 milioni i green jobs.

Le imprese che prestano attenzione alle green economy e alle sue diverse declinazioni vanno meglio, innovano di più, esportano di più, creano più posti di lavoro.

Per dirla con una battuta: essere buoni oggi conviene. E questo è il concetto su cui puntare altrimenti si rischia uno scontro tra il dover essere e quello che conviene. Un esempio. Dopo la crisi del vino al metanolo (1986) la politica ha fatto una cosa buona: innalzare il sistema dei controlli e rendere più difficile adulterare il vino, ma il grosso passo avanti l'hanno fatto la società e gli imprenditori passando nel giro di pochi anni da un concetto di grande quantità a basso prezzo a quello di alta qualità legata al territorio.

Segue a pag. 5



IL PUNTO

Sostenibilità un aiuto per il rilancio della nostra economia

Dalla prima dell'inserito

Questo fa sì che noi oggi siamo fortissimi. Producevamo alla metà degli anni '80 il 40 per cento in più del vino di quello che produciamo adesso, l'export era di circa 700 milioni di euro, oggi siamo abbondantemente oltre i 7 miliardi. L'abbiamo fatto imparando a fare il vino e legandolo sempre di più ai nostri luoghi, riscoprendo un patrimonio di diversità che possiamo mettere in campo grazie al nostro passato. Il passaggio verso la qualità ci rende più forti in termini economici, in ogni settore. Quello che ci ha reso forti nel vino è accaduto anche nella moda, nella meccatronica.

Un altro esempio. Pensiamo al cuoio. L'Italia nel corso di questi anni ha aumentato l'export di pelli conciate. Pelli di qualità significa avanzamento tecnologico, lavoratori con diritti riconosciuti e bravi imprenditori. Un terzo esempio. Pochi sanno che la più grande acciaieria al mondo che azzerava le emissioni nette di anidride carbonica è l'ac-

ciaieria più grande d'Italia, Arvedi a Cremona. Da quando ha azzerato le emissioni di anidride carbonica, la Mercedes e la Volkswagen si sono rivolte ad Arvedi per avere l'acciaio: la spinta va in quella direzione.

Sei sostenibile, ti premio.

Il tema della sostenibilità è più simile alla missione dell'Italia di quello che possiamo pensare. Diceva l'economista Carlo Maria Cipolla: la missione dell'Italia da secoli, è produrre all'ombra dei campanili, cose belle che piacciono al mondo. Dalla Toscana è più facile vederlo perché mette insieme le produzioni con la storia, la natura, la cultura, l'identità della regione. Questo mix tra innovazione, ricerca e saper stare in campo nelle sfide importanti e allo stesso tempo mantenere il legame con la storia, la comunità sono la nostra maniera di fare sostenibilità. Ed ha un impatto più grande di quanto pensiamo. È percepito dall'economia, dalle imprese, dai cittadini come uno strumento per costruire un futuro in cui è più bello abitare. Penso che la Toscana da questo punto di vista sia una delle vetrine dell'Italia. ●

Ermete Realacci

Presidente Fondazione Symbola