

La sfida della sostenibilità Conviene, a tutti



www.ecostampa.it

Le imprese che hanno accettato la sfida dell'innovazione di processi e prodotti continuano a creare utili e posti di lavoro. Contribuendo anche alla salvaguardia ambientale

► **Era il 20 gennaio 2009** quando Barack Obama, da poco eletto trionfalmente presidente degli Stati Uniti d'America, nel suo discorso di giuramento pronunciava parole impegnative: «Non possiamo consumare le risorse del mondo senza pensare agli effetti, perché il mondo è cambiato e noi dobbiamo cambiare con lui». Se Obama a quattro anni di distanza rischia una clamorosa sconfitta, forse è anche perché ben poco è seguito a quelle parole. Certo, abbiamo mandato in soffitta le lampadine a incandescenza e cessato di produrre gas refrigeranti che alimentavano il buco dell'ozono, ma è ben poca cosa se solo si pensa alla marea di petrolio che ha inquinato il Golfo del Messico, all'incidente nucleare di Fukushima e, soprattutto, al sostanziale fallimento dell'accordo sul clima di Copenhagen.

Ma se il mondo fatica a incamminarsi sulla via di una nuova consapevolezza ambientale, il problema della sostenibilità è ormai entrato di prepotenza nell'agenda quotidiana di milioni di cittadini e, di conseguenza, nei processi produttivi di milioni di imprese. Anzi, tutti gli indicatori economici sono ormai concordi nell'affermare che "essere sostenibili" conviene: al pianeta, e anche ai bilanci aziendali. Di più: per

l'Italia è una straordinaria occasione di recupero di competitività e di apertura a nuovi mercati, se sapremo coniugare efficacemente lo straordinario patrimonio di competenze tecniche maturato nei secoli con l'attenzione alle nuove sensibilità che vanno emergendo tra i consumatori più attenti e consapevoli.

«Anche perché – sottolinea Fabio Renzi, segretario generale della fondazione **Symbola** che ogni anno pubblica il rapporto GreenItaly sulla cosiddetta economia verde – il nostro paese ha sempre dovuto fare i conti con la mancanza di petrolio e materie prime, e dunque con la necessità di procurarsi all'estero a costi maggiori dei concorrenti. Ma l'attenzione alla sostenibilità si alimenta anche di materiali da riciclo e di energia rinnovabile prodotta nel territorio; guarda all'innovazione e alla qualità, intesa sia in senso estetico sia in termini di durata dei prodotti. Insomma, è il segmento ideale per un paese come il nostro».

La rivoluzione "verde" si articola in mille possibili passaggi: c'è l'investimento in prodotti ecocompatibili ma anche la trasformazione dei processi produttivi, i pannelli fotovoltaici e la valorizzazione dei prodotti agricoli biologici, la riduzione degli imballaggi e l'acquisto di macchi-

Secondo l'ultimo rapporto GreenItaly, sono più di 350 mila le aziende che hanno investito in processi e prodotti ambientalmente sostenibili

nari a basso consumo, le auto elettriche e la riqualificazione energetica degli edifici. Un mare di opportunità, che non a caso stanno avendo ricadute straordinarie anche in termini di nuovi posti di lavoro e che rappresentano per un numero crescente di aziende l'unica strada possibile per superare la crisi.

Se i grandi del mondo non trovano ancora l'accordo capace di salvare il futuro del pianeta, insomma, dal basso è già partita una straordinaria rivoluzione. Che magari per qualcuno sarà solo l'ennesima buona occasione per ripulirsi a poco prezzo la coscienza con operazioni pubblicitarie che mascherano pratiche inquinanti, ma per la gran parte delle piccole e medie imprese italiane è già oggi la strada obbligata se si vuole guardare al domani. Molto è già stato fatto: dal sistema dell'arredo legno che ormai utilizza quasi interamente legno proveniente da foreste gestite in maniera responsabile al settore ceramica, che ha saputo ridurre di quasi la metà il consumo di acqua ed energia nelle sue linee produttive creando al tempo stesso soluzioni innovative come le piastrelle fotovoltaiche o quelle autopulenti. Così belle, sostenibili, economicamente vantaggiose sul lungo periodo che i clienti le comprano in tutto il mondo. È così che si aiuta l'ambiente, e si batte anche la concorrenza cinese.

► **Guglielmo Frezza**

Fotovoltaico, cibi biologici, risparmio energetico sono tra i settori che più sono cresciuti sull'onda della nuova sensibilità maturata negli ultimi anni in Italia. (foto Boato)