

LA

# GIRL ECONOMY

inchiesta &gt;



Dal sogno ecologista di qualche decennio fa a realtà dell'era *green*. Cambia il modo di intendere il business, produrre, vivere. Ci sono spazi per imprese nuove e per quelle che si rinnovano. Fotografia di una rivoluzione che tocca tutti i settori

Si chiama Green economy, l'economia che riparte dalla Terra e riscopre la natura e l'ambiente. È più di una congiuntura economica obbligata, più di una necessità determinata dalla crisi energetica. Molto più di una moda. È una rivoluzione, sotto gli occhi di tutti, che cambia la nostra vita, la società di oggi e quella in cui vivranno i nostri figli. E, in economia, si sta trasformando **da amaro rimedio a ricca opportunità per molti. Il green ci aiuterà a superare la crisi.** E ci darà una marcia in più, come individui e come Paese.

Entro il 2020, in linea con un trend mondiale e le direttive Ue, anche l'Italia dovrà ridurre del 20% le emissioni dei gas serra, del 20% i consumi energetici e raggiungere il 20% di produzione energetica da fonti rinnovabili. Siamo pronti alla sfida?

#### Le aziende investono

Molti si stanno muovendo. Anche in piccolo. Un terzo delle imprese intervistate da Fondazione impresa, nell'*Indagine sulla riduzione dell'impatto ambientale delle piccole imprese in Italia*, negli ultimi due anni ha operato interventi e introdotto tecnologie in difesa dell'ambiente. «La conseguenza è il miglioramento del business» spiega Cristina Cama, ricercatrice di Fondazione impresa. Di fatto, le aziende prendono atto di un nuovo tipo di richiesta dei consumatori, per rispondere con prodotti ecologici. Scelgono soluzioni per l'efficienza energetica, risparmiano denaro e lo reinvestono nell'impresa, superando meglio la crisi. Inoltre, le scelte *green* migliorano l'immagine aziendale. Lo conferma l'*Indice di Green economy 2011. La green economy nelle regioni italiane*, sono sempre di ►►

# EN CI SALVERÀ

di Silvia Messa - s.messa@millionaire.it

**1/3** delle imprese con meno di 20 addetti investe per essere *green*

**60%** delle Pmi nel 2012 investirà su tecnologie *green* (il doppio del 2010)

inchiesta >

**Il settore energetico è trainante e i business legati alle rinnovabili hanno tassi di crescita significativi.**

►► più le aziende che si scelgono di ottenere una certificazione di qualità. «Il processo che si è innescato continuerà nei prossimi due anni. E riguarderà tutti i settori, a cominciare da trasporti, bioedilizia, produzione di rinnovabili». Il rapporto *GreenItaly*, promosso dalla Fondazione **Symbola** e da Unioncamere, che uscirà a novembre, rivela che quasi il 60% delle Pmi italiane investirà su tecnologie *green* di processo e di prodotto: il doppio dell'anno precedente. Proprio i settori manifatturieri, quelli che risentono maggiormente della crisi, sono quelli che punteranno di più sulla sostenibilità.

**In pratica che cos'è?**

«La green economy è l'insieme delle trasformazioni in corso nel sistema economico ormai da 20 anni. La prospettiva è

la sostenibilità, con particolare attenzione alle tematiche ambientali». Una definizione tecnica, fornita da **Marco Frey**, professore universitario in Bocconi e Cattolica, a Milano. Di fatto, il cambiamento parte dall'esigenza di un uso adeguato delle risorse e di risparmio. Base e spinta è la *low carbon technology economy*, che ha obiettivi di riduzione dell'emissione di carbonio, di uso di energie rinnovabili ed efficienza energetica. Il settore energetico è trainante. In Europa, il primato è della Germania. In Italia, è boom per il fotovoltaico. Siamo al primo posto in Europa per gli incentivi alle fonti rinnovabili, ma all'ultimo per gli investimenti nella ricerca in questo settore. Si ►►



arrivano i **green job**

La green economy dà una grande spinta al mondo del lavoro. «In parte si tratta di professioni che già ci sono, a partire da quelle tecniche: ingegneri, architetti, designer che si convertono al *green*, in parte sono nuove» spiega Emilio Luongo in *Green Job, lavorare nella Green economy* (Hoepli, 18 euro). Le professionalità richieste arrivano dal campo rinnovabile: eolico, fotovoltaico e solare, biomasse, ricerca e sviluppo tecnologico, efficienza energetica, normative. Ma anche nell'edilizia, trasporti e mobilità sostenibile, tutela ambientale, industria, agroalimentare



- e silvicoltura. Le professioni più innovative? Eccole.
- **L'anemologo**, che valuta un sito per impiantare pale eoliche.
- **L'addetto al montaggio delle turbine.**
- **Il business developer fotovoltaico**, che individua zone in cui implementare gli impianti.
- **Il certificatore energetico**, che procede alla certificazione energetica degli edifici.
- **Il progettista dell'edilizia sostenibile.**
- **L'esperto nella gestione di impianti di trattamento dei rifiuti urbani.**



- **Il tecnico della qualità bio in agricoltura.** Nella *Guida ai green jobs. Come l'ambiente sta cambiando il mondo del lavoro* (Ambiente, 16 euro), si propongono altri 100 mestieri. Tra

questi: art director verde, assicuratore ambientale, ecochef, ecoauditor (verificatore ambientale d'impresa), ecoblogger (cura un blog scientifico ambientalista), ecoparrucchiere, manager delle risorse idriche, promoter ecoturistico, stilista di moda sostenibile...



**Opportunità di business verde stanno generando nuovi posti di lavoro: 3,5 milioni solo in Europa (Legambiente). La tendenza potrà incidere positivamente sull'economia mondiale**



Gian Luca Sghedoni di Kerakoll.

## 5 consigli per emergere nell'economia verde

- 1 Serietà**  
Prepararsi tecnicamente. La riconversione al green è globale, riguarda il prodotto, ma anche l'uomo e la società.
- 2 Coinvolgere**  
tutti i collaboratori, favorendo lo sviluppo di una cultura green. I tempi sono maturi anche in Italia.
- 3 Investire**  
nella ricerca e generare prodotti a costi accessibili a tutti. Informare sui reali benefici, dare risultati concreti, anche economici. Internet aiuta la trasparenza.
- 4 Non aspettare**  
di avere una soluzione al 100% green. L'evoluzione avviene per gradi, nel tempo.
- 5 Creare**  
una rete di aziende che condividano la stessa filosofia e lavorino con vantaggi reciproci. Partire dal coinvolgimento dei fornitori.

Ecco i consigli per entrare con successo nella green economy di Gian Luca Sghedoni, 44 anni, amministratore delegato di Kerakoll, azienda italiana che produce materiali e tecnologie per l'edilizia, nata nel 1968, ma convertita al green dal 2000. Kerakoll ha un fatturato, nel 2010, di 335 milioni di euro, di cui il 40% all'estero. Oltre 1.300 collaboratori, 111 assunti nell'ultimo anno. Un laboratorio ricerche avanzatissimo. E un Campus che ha già formato più di 200mila operatori edili.  
INFO: [www.kerakoll.com](http://www.kerakoll.com)



deve lavorare ancora per migliorare il passaggio dagli studi ai fatti e la connessione tra chi ha le idee, chi le brevetta e chi le può trasformare in tecnologie utili e applicabili.

### La produzione è tutta verde

Si aprono nuovi spazi per le imprese e opportunità di lavoro. In tutti i comparti economici, nessuno escluso, dall'agricoltura all'industria, dal turismo alla moda. La vera novità è che l'intero processo di produzione diventa ecologico, dalla gestione efficace delle risorse, fino al rifiuto e al riutilizzo delle materie. Un esempio: non basta più realizzare nuovi pannelli solari. Si devono trovare materiali più efficienti, già concepiti per il migliore riutilizzo o smaltimento. Altro esempio, la chimica, il settore che parrebbe meno green possibile. Eppure, anche qui si punta alla salubrità, all'uso di materie prime meno artificiali, all'economicità del processo. «La green economy, dopo un passato un po' utopico, ha bisogno di politiche pubbliche e di un orientamento del consumo. Consumare meglio, anche se meno, eli-

minando il superfluo, deve diventare un elemento culturale diffuso» afferma Frey. A educare, ci provano anche le istituzioni. «Il concetto di green non riguarda solo la produzione di energia, ma tutti i materiali e i beni. A cominciare dalla risorsa



acqua. Rinnovabile, ma non infinita» sostiene Andrea Poggio, presidente di Legambiente, che promuove con Confindustria il Premio all'innovazione amica dell'ambiente 2011, incentrato sulle città verdi, le reti intelligenti e le risorse rinnovabili. Un premio cui possono partecipare imprese innovative, fino al 24 ottobre. Le precedenti edizioni hanno già prodotto 200 idee tutte da scoprire, su [www.premioinnovazione.legambiente.org](http://www.premioinnovazione.legambiente.org)

### I nuovi "consumatori"

«Si amplia la fascia di consumatori consapevoli, diventa trasversale, nelle diverse classi sociali. Prendono forza movimenti dal basso, anche grazie al Web e ai social network» osserva Domenico Stu-

rabotti, direttore della fondazione **Symbola**, per la promozione delle qualità italiane. Si è avviato un processo virtuoso, che darà frutto nei prossimi anni, per cui le imprese stanno investendo sul prodotto o sull'impatto ambientale per rilanciare le proprie produzioni. Entro novembre **Symbola** presenterà il rapporto annuale *Green Italy*, dove la riconversione green di tante aziende emerge con decisione. «La sostenibilità oggi è un tema che mette insieme problemi economici, ambientali e sociali» conclude Poggio di Legambiente.

**«Fare impresa green non significa solo fare affari con l'ambiente, ma adottare scelte di responsabilità sociale e ambientale»**

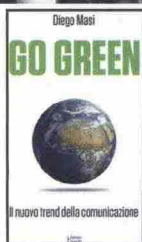
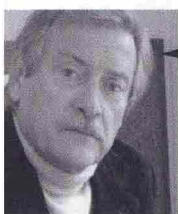
## inchiesta

### L'onda green: trasformatela in strategia

Molti si dicono *green* e sbandierano prodotti a sfondo ecologico. È il *green washing*, ovvero il bagno verde che cavalca il fenomeno. Positivo o controproducente? «Non bisogna demonizzare il *green washing*. La pennellata verde può essere un inizio. Ma se non ci sono azioni concrete dietro, si rischia. Consumatori e aziende non si possono ingannare e premiano chi fa davvero. L'atteggiamento *green* diffuso non va denigrato, ma è indice dell'avvio di un processo più serio e radicale di miglioramento». Parola di Diego Masi, creatore di *Go green* su Virgilio (<http://gogreen.virgilio.it>), portale dedicato alla sostenibilità e testata ambientalista, e del blog [gogreen.myblog.it](http://gogreen.myblog.it), su cui si legge gratis il suo manuale *Go green. Il nuovo trend della comunicazione* (Lupetti, 18 euro). Molti siti alimentano l'onda *green*. Tre anni fa è nata *Green me*, 350mila lettori unici al mese, cui si affianca *Green biz*, 50mila lettori al mese, che ha come target imprese *green* di ogni settore. «Per molte il verde è una strategia. Ma tante fanno investimenti che danno loro un ritorno economico a lungo termine» spiega Simona Falasca, direttore di *Green me* e cofondatrice delle testate, con Mario Notaro. «An-

che in settori poco *green*, come l'information technology: Cisco e Dell, per esempio, lavorano per limitare l'uso dei metalli pesanti. Le aziende produttrici di pannelli fotovoltaici si preoccupano dello smaltimento. È nato un consorzio europeo, *Pv cycle*: chi vi aderisce si impegna a smaltire i pannelli, che hanno una durata non superiore a 25 anni ([www.enfinity.it](http://www.enfinity.it))».

Simona Falasca e Mario Notaro, della testata online *Green me*.



che in settori poco *green*, come l'information technology: Cisco e Dell, per esempio, lavorano per limitare l'uso dei metalli pesanti. Le aziende produttrici di pannelli fotovoltaici si preoccupano dello smaltimento. È nato un consorzio europeo, *Pv cycle*: chi vi aderisce si impegna a smaltire i pannelli, che hanno una durata non superiore a 25 anni ([www.enfinity.it](http://www.enfinity.it))».



### storia

#### La tecnologia degli oli buoni

Giovanni Venturini, 29 anni, ingegnere gestionale, con Roberto Crea (foto sotto), scienziato italiano da tempo nella Silicon Valley, ha creato *Agroils technologies*, azienda che realizza tecnologie per produrre biocombustibili da piante non alimentari, che richiedono poca acqua, come la *Jatropha*, specie originaria del Messico. «I frutti della pianta non potevano essere usati a fini alimentari, a causa di tossine che noi siamo riusciti a neutralizzare. Così, gli scarti, dopo la produzione di biofuel, diventano mangimi proteici, per allevamenti ittici e avicoli. Non solo: abbiamo isolato principi attivi da usare nel settore farmaceutico, come antidolorifici e antitumorali. E i residui possono essere impiegati come fertilizzanti». Insomma, nulla si spreca? «Produciamo biofuel senza utilizzare piante che possono servire all'alimentazione umana o impoverire terreni agricoli o sprecare acqua. Anzi,

valorizziamo risorse locali laddove sono scarse».

**Investimenti?**

«Circa 400mila euro. Ma un venture capital entrerà nella compagnia da ottobre. Grazie al fondo, completeremo lo sviluppo del prodotto e affronteremo le spese e i tempi per la certificazione».

**Obiettivo?**

«Rendere la tecnologia accessibile a tutti quelli che la applicheranno a livello industriale. Ovviamente, è protetta con un brevetto».

**Segreti per ridurre le spese di avvio?**

«Noi ci siamo appoggiati all'Incubatore di Firenze».

Oltre a ridurre le spese di avvio, abbiamo avuto supporto».

**Un consiglio a chi vuole lavorare o fare imprese *green*?**

«Lavorare più possibile su tecnologie, prodotti e processi competitivi con quelli energetici tradizionali. Senza far conto sugli incentivi pubblici».

**INFO:** [www.agroils.com](http://www.agroils.com), [www.incubatorefirenze.it](http://www.incubatorefirenze.it), [info@agroils.com](mailto:info@agroils.com)

### La nostra storia insegna

«Si deve lavorare per rendere la tecnologia più accessibile a tutti»

