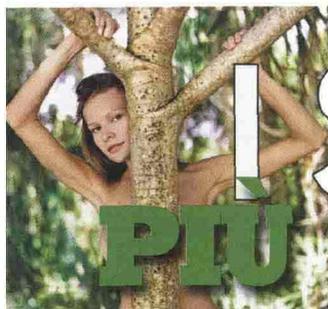


inchiesta >



I SETTORI PIÙ GREEN

Energie rinnovabili:

siamo al top

Eolico, fotovoltaico, biomasse: il settore genera un fatturato di oltre cinque miliardi di euro al netto dell'import e degli investimenti. In un anno è aumentato del 44%. In Italia c'è fermento. Lo stabilimento più grande d'Italia per la produzione di pannelli fotovoltaici, è nato a Catania da Sun Electronics, Enel Green Power e Sharp. L'Archimede Solar Energy (Ase), azienda del Gruppo Angelantoni, è l'unico produttore al mondo di tubi ricevitori solari a sali fusi per le centrali del solare termodinamico. Poi ci sono centri di ricerca, come l'Università di Ferrara, che lavora nel campo dei dispositivi solari fotovoltaici a concentrazione, e i Laboratori del Polo solare organico del Lazio, che ospitano una linea pilota per la produzione di celle solari. Il Polo, nato dalla volontà della Regione Lazio e del Dipartimento di Ingegneria elettronica dell'Università di Roma Tor Vergata, è uno dei tre centri d'eccellenza a livello mondiale. A Lecce, un gruppo di ricercatori studia l'evoluzione dei materiali per la fabbricazione di cellule Dssc (Dye sensitized solar cell, sensibilizzate a colorante): in pratica, la radiazione solare è catturata da una tintura organica o metallorganica. In crescita anche l'eolico.



PRIMO POSTO dell'Italia in Europa per gli incentivi al settore fotovoltaico

5 MILIARDI di euro: fatturato da eolico, fotovoltaico, biomasse

UN QUARTO dell'energia in Italia è prodotta con le rinnovabili

+119% crescita del numero di impianti fotovoltaici nel 2010

120MILA addetti al fotovoltaico

(fonte: Nomisma)



OPPORTUNITÀ IN ARRIVO
PER LIBERI PROFESSIONISTI,
CON VOGLIA DI CRESCERE
NEL SETTORE DELL'ENERGIA

Energy Consultant: una nuova professione verde... oro

Chi sono

Si chiamano Energy consultant e sono punti di riferimento, per famiglie o piccole imprese che vogliono installare un impianto di energia alternativa. Sono liberi professionisti, con esperienza commerciale e tanta voglia di crescere. Hanno l'obiettivo di guidare ogni cliente nella miglior scelta del proprio impianto. Non sono semplici venditori, tantomeno installatori, ma consulenti veri e propri. In altre parole: gli Energy consultant non sono "tecnici

del settore", ma professionisti che sanno consigliare al meglio e operano con team integrati di altrettanti specialisti nella propria materia. Perché il mondo, sempre più evoluto, richiede questo: massima expertise nel proprio campo, non "in tutto".

Per chi lavorano

Gli Energy consultant esercitano con mandato personale di Unit Energy, azienda strutturata per la creazione della rete nazionale di Energy

potential development

GREEN ACADEMY



consultant, che opera in franchising con Enel Green Power, ovvero del Gruppo che più di ogni altro in Italia significa energia e permette a ogni cliente di passare dalla dannosa CO2 all'energia naturale del sole o altresì del vento o del mare e avere successivamente la strada spianata.

Formazione

Gli Energy consultant sono guidati e formati grazie a un intenso lavoro, curato dall'editore di *Millionaire* Virgilio Degiovanni, e da tecnici specialisti per una formazione a 360 gradi (vedi box sotto). La formazione parte all'inizio dell'attività dell'Energy consultant e dura un biennio. «Non potevo mancare in un mercato che sta crescendo moltissimo, ma che ha bisogno di forti competenze per chi vuole emergere» ha spiegato Degiovanni. «Questo non è terreno per professionisti incapaci o per chi vuole fare part time, ma per persone mature, preparate, capaci quanto mai di dare credibilità alla propria consulenza».

Che cosa fanno

Gli Energy consultant sono professionisti capaci di guidare il cliente (una famiglia o una piccola impresa, nel caso di Unit Energy), verso una soluzione ottimale delle proprie esigenze, tenendo in considerazione i molteplici aspetti che ne condizionano la

scelta. Il primo è proprio quello finanziario. Spiega Francesco Capone, amministratore delegato di Unit Energy: «La nostra partnership con Enel Green Power permette a ogni Energy consultant di offrire al cliente residenziale una consulenza tale da non fargli versare nemmeno un euro e alle piccole medie imprese solo un piccolo acconto. Altrettanto importante è dare al cliente un servizio "chiavi in mano"». Prosegue Capone: «Prendiamo, per esempio, l'offerta Raggio Senza Pensieri, seguita a livello commerciale dall'attivissimo Salvatore Carrara: ogni nostro Energy consultant verifica di persona, col cliente, le sue effettive esigenze, spazi disponibili, vincoli di qualsiasi tipo. Gli illustra come, grazie agli incentivi statali del Conto Energia, il suo investimento sia coperto al 100% e di come finirà in profitto. Lo agevola presso le finanziarie che anticipano tutta la somma necessaria. A quel punto, il cliente riceve la visita di progettisti e installatori approvati da Enel stessa che fanno tutto il lavoro, dalla A alla Z».



Dall'energia alla domotica

Un'offerta chiavi in mano, interamente coperta e finanziata su quanto oggi è più richiesto dal mercato, cioè l'energia fotovoltaica, è già un bel modo di iniziare, ma l'Energy consultant in realtà sta solo muovendo i primi passi. La casa domotica è il sogno del futuro e, proprio in questo senso, Unit Energy sta indirizzando il suo sguardo, insieme ai maggiori gruppi internazionali. «Per me un progetto ha un significato vero solo quando può assumere le vesti di un "sogno"» spiega Virgilio Degiovanni «e mai come oggi ne vedo la possibilità, creando una rete nazionale di Energy consultant, che potranno interagire con l'azienda e con ogni cliente, servendosi degli strumenti più d'avanguardia». Strumenti che comprendono l'iPad, che l'azienda fornisce a tutta la Rete di Energy consultant, e proseguono con le applicazioni, che permettono di far visionare la soluzione ideale in casa del cliente. Il tutto con un sistema di Crm, grazie al quale ogni professionista è in contatto con azienda, colleghi e clienti.

Prospettive economiche

L'Energy consultant inizia una professione che deve ovviamente dare una rendita. E che, a giudicare dai primi passi da luglio a oggi, può rendere anche molto bene. «Già in questa fase iniziale» conclude Francesco Capone «è possibile arrivare a rendite importanti per chiunque inizi con impegno. E da chi comprende che nel green non occorre "saper vendere", quanto saper consigliare il meglio». Bisogna avere tempo e volontà per impegnarsi davvero in una nuova professione. Per chi ne disporrà, il futuro potrebbe essere realmente verde... splendente!

A CHI RIVOLGERSI

» **Unit Energy:** per chi vuole candidarsi alla professione di Energy consultant: www.unitenergy.it. Inviare cv a: recruiting@unitenergy.it

» **Enel Green Power** offre i propri servizi attraverso la rete in franchising: Punto Enel Green Power*, coordinata da Enel.sì, società del Gruppo guidata da Guido Stratta. INFO: www.enelgreenpower.com

La Green Academy è un progetto di formazione che coinvolge l'Energy consultant di Unit Energy, con l'obiettivo di migliorare e sviluppare il potenziale della rete.

performance improvement

OBIETTIVI SPECIFICI

SVILUPPARE COMMITMENT NEI CONFRONTI DELL'INIZIATIVA FORMATIVA.
SVILUPPARE UNA VISIONE COMUNE E I MESSAGGI CHIAVE AL FINE DI "ANIMARE" TUTTA LA RETE.
SVILUPPARE LA CAPACITÀ DI ESSERE PUNTO DI RIFERIMENTO E FIGURA DI SUPPORTO PER GLI ACCOUNT MANAGER.
FORNIRE CONOSCENZE E STRUMENTI PER ORIENTARE EFFICACEMENTE I COMPORTAMENTI DELLE RISORSE SUL TERRITORIO.

OBIETTIVO FINALE

Sviluppo di un ruolo consulenziale

OBIETTIVI SPECIFICI

IMPARARE E GESTIRE LA RETE CREANDO SINERGIE E INTERSCAMBIO CONTINUATIVO CON GLI AFFILIATI.
SAPER SVOLGERE UN RUOLO DI SUPPORTO AGLI IMPRENDITORI NELLO SVILUPPO E NELLA GESTIONE DEL BUSINESS.
SAPER RICONOSCERE I TREND EVOLUTIVI IN ATTO NEL CONTESTO IN CUI OPERANO GLI AFFILIATI.
INDIVIDUARE SUL TERRITORIO OCCASIONI DI CONFRONTO E SVILUPPO PER CREARE NETWORK TRA GLI IMPRENDITORI.
SVILUPPARE LA CAPACITÀ DI ESSERE PUNTO DI RIFERIMENTO PER I NEOAFFILIATI DELLA RETE.

Sviluppo di un ruolo manageriale

inchiesta



Agricoltura:

il settore bio cresce da anni
 L'Italia è uno dei protagonisti del mercato mondiale biologico. Non si fa più solo mais e latte. «Si evolve verso la produzione di qualità e le aziende agricole offrono accoglienza, tutelano il territorio, forniscono energia, grazie alle biomasse da scarto agricolo» spiega Andrea Poggio di Legambiente. Si rivitalizzano antiche produzioni: la canapa, per esempio, impiegata in cosmetica, edilizia, nel tessile e nel cartario. Si diffondono i mercati dal produttore al consumatore, i punti vendita in fattoria, la fornitura diretta ai ristoratori e alle mense di prodotti a km zero. (www.col-diretti.it). «Le aziende bio producono alimenti con un livello qualitativo più elevato e un sapore migliore. E il consumatore apprezza. Il successo di produttori o commercializzatori come Centro Botanico, Grom, Princi lo dimostra» osserva Fabrice Leclerc, docente di Green management e innovazione alla Sda Bocconi e all'Essec Business school di Parigi. Chi comunica il valore aggiunto del suo prodotto, migliora la sua immagine e vende di più. È la scelta dei migliori produttori vinicoli italiani. Aziende come la Salcheto, a Montepulciano (Si), realizzano vino di qualità riconosciuta a livello mondiale con un'attenzione completa per tutte le fasi di lavoro, per compensare l'impatto produttivo. L'azienda è stata la prima a calcolare la CO2 immessa in atmosfera per produrre una bottiglia di vino. Di fatto, si risparmia il 100% di energia, grazie alla cantina a emissione zero, alle biomasse, al fotovoltaico.

55 MILIONI
 di dollari, fatturato mondiale del bio

1,1 MILIONI
 di ettari dedicati al bio in Italia

43.029
 produttori bio

5.000
 imprese di trasformazione

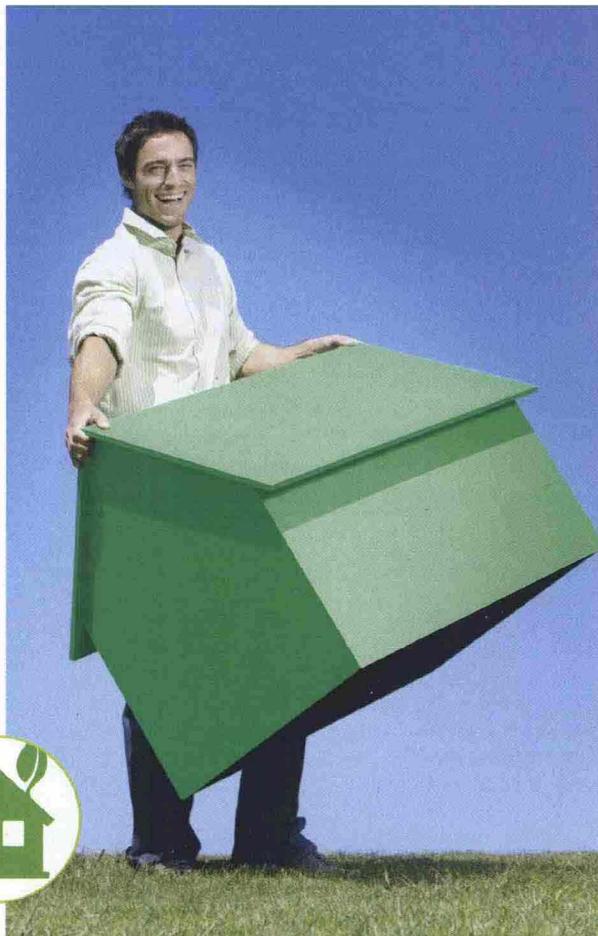
+81%
 aumento spesa bio dall'inizio del 2011



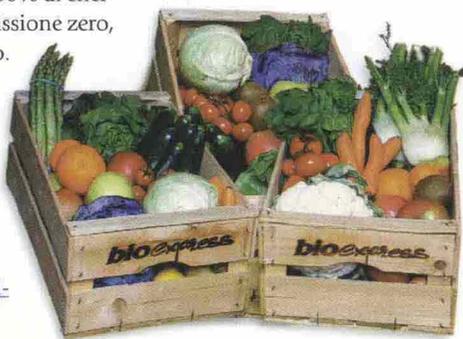
Edilizia:

guardiamo il mondo con occhi nuovi

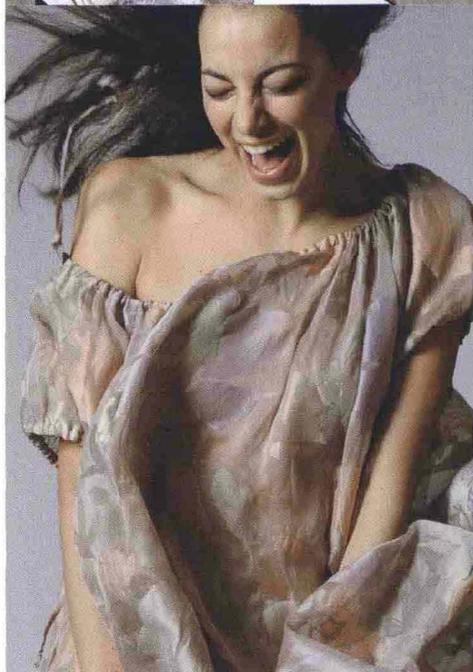
Anche il settore edile sta cambiando radicalmente. Basta osservare gli appuntamenti del settore, come Klimaenergy, che si è tenuta a Bolzano, o fiere dove l'edilizia tradizionale dà spazio al green, come il Saie di Bologna, dal 5 all'8 ottobre (www.saie.bolognafiere.it). Quasi tutte le aziende propongono prodotti ecologici accanto ai tradizionali e nuove imprese si affacciano con materiali da costruzione green, isolanti termici, vernici, infissi e coperture, elementi per il riscaldamento e la produzione di energia. Non solo nuovi prodotti. «La lana delle pecore, in Sardegna, era considerata di scarsa qualità, da buttare. È stata studiata la sua applicazione in edilizia, come isolante: un prodotto antico è pensato in maniera nuova. Insomma, più che inventare nuovi settori, la green economy ci dà occhi nuovi per vedere quelli che ci sono e innovarli» spiega Sturabotti di **Symbola**. Cambia anche l'architettura. Iniziative come quelle delle cooperative di cohousing riorganizzano gli stabili. Non solo tetti verdi e pannelli solari, ma anche spazi comuni: dispensa, officina per le biciclette, fontana pubblica.



Un gruppo, il Salcheto Carbon Free, lavora stabilmente per promuovere l'etica ambientale nel settore vitivinicolo (www.salcheto.it). Per il turismo sostenibile, legato ai territori e all'agricoltura: www.movimentolento.it



Un esempio di green che funziona? Bioexpress, frutta e verdura bio, consegnata direttamente a casa dal produttore



storia

La stilista del riciclo cerca angeli verdi

Si chiama Venette Waste, si definisce fashion revealer e si muove sulla carta, perché è un fumetto, e sul Web. Ma è anche un'azienda di abbigliamento e accessori. Dietro, c'è una donna, Rossana Diana, imprenditrice della moda, suo fratello Andrea e 12 collaboratori, che puntano sulla sostenibilità. «Nella Milano degli anni 80 aprivo negozi. Allora sono diventata amica di Vivienne Westwood. Ma è stato un libro, *Il punto del Caos* di Ervin László, a rivelarmi i cambiamenti epocali nell'economia mondiale. E la necessità di modificare il business. A partire da me. La moda è uno dei settori che ha sprecato di più. Questi limiti mi hanno stimolato a creare modelli che valorizzano diversi tipi di donna, in 10 silhouette, e a trasformare in capi di alta qualità l'enorme giacenza di magazzino di stoffe e materiali. Il

progetto Venette Waste è partito a pieno ritmo nel 2011, ma ci lavoro già da anni. Vado nelle aziende e acquisto le rimanenze. Sostengo il tessile, pagando meglio degli stocchisti. La produzione avviene in Valle d'Aosta, dove abbiamo avviato l'azienda con circa 200mila euro e ottenuto finanziamenti regionali da investire in progetti web e di comunicazione».

L'opportunità: il sistema di vendita. Negozi online e le *waste angel*, venditrici che organizzano eventi per presentare i modelli, consegnare gli abiti selezionati online e diffondere la nostra filosofia: tutto si recupera, anche il packaging. Solo i cartellini sono prodotti appositamente. Riportano il prezzo che avrebbe un abito di qualità pari a quello che vendiamo noi, che al netto dello spreco costa il 70% in meno. In media, 224 euro. Se la cliente si stanca dell'abito, può riportarlo: lo rinnoviamo o lo cambiamo con un altro. Con il cartellino ottiene uno sconto. Il fatturato mensile dell'azienda, nei primi mesi di attività, si aggira sui 20mila euro. Il sistema delle *waste angel* dà ottimi risultati: ci sono già 25 collaboratrici, ma ne cerchiamo altre. Possono guadagnare il 25% sul venduto e un fisso che aumenta a seconda dei budget raggiunti. Al mese, si portano a casa da 1.500 euro in su. In futuro, potranno anche proporre abiti di altri stilisti e accessori di artigiani con i nostri stessi principi. Chi vuole collaborare, può scrivere a: info@venetewaste.com».

Moda e design:

in affari con l'ambiente

«Il tema ambientale è un'opportunità creativa per pensare oggetti nuovi nei settori di moda e design» afferma Sturabotti di **Symbola**. Cambia la cultura del prodotto: scelta delle materie prime, luoghi di produzione, trasporto e impatto ambientale, elaborazione con sostanze ecologiche, logica di recupero a fine vita di elementi e materiali riutilizzabili. Valcucine (www.valcucine.it), azienda friulana con 173 dipendenti, mette in atto progetti di riforestazione, opera la raccolta differenziata, promuove riuso e riciclo. Le sue cucine sono pensate già per essere disassemblate e ri-



La nostra storia insegna

«La moda è uno dei settori che ha sprecato di più. E ora deve recuperare quello che ha buttato»

ciclate al 100%. L'impegno 30ennale le ha portato riconoscimenti, come il "Premio dei premi per l'innovazione 2011". Analoga attenzione a tutta la filiera nel campo della moda: si riutilizzano vecchi abiti, impazza il vintage. Gli stilisti applicano la loro creatività a materiali ecologici. Anche materiali classici sono rivisitati: le pelli italiane sono conciate in modo più ecologico. Le grandi aziende fanno scelte

eco. «Brand del lusso, come Gucci, diventano *green* per essere più competitive. Ilaria Fendi si è lanciata nel progetto *Carmina Campus*: fa lavorare comunità africane e produce borse e accessori con le tende Onu dismesse. Grande impegno anche in Stella McCartney e Vivienne Westwood e in quelli che usano solo cotone organico, per ridurre pesticidi e lo spreco di acqua» racconta Fabrice Leclerc.

inchiesta»

500 kg
 di rifiuti all'anno,
 quanto produce
 ciascuno di noi

40%
 dei rifiuti
 è costituito
 da imballaggi.

RACCOLTA DIFFERENZIATA*

38% nelle regioni
 del Nord

19% nelle regioni
 del Centro

9% in quelle
 del Sud

*Dati Apat



**Rifuti:
 da problema a risorsa**

«Nella gestione del rifiuto, dalla raccolta differenziata fino alla valorizzazione e alla riduzione delle discariche, c'è molto da fare, anche per imprese private» consiglia Marco Frey, docente in Bocconi. «Stanno nascendo e lavorando bene i consorzi per la raffinazione degli oli esausti e le cartiere, che riutilizzano ampiamente la carta da macero. C'è spazio anche per chi offre riparazioni artigianali, che allungano la vita dei prodotti, e per i mercatini dell'usato». Recupero: ecco l'imperativo. «Stanno già nascendo bioraffinerie per plastiche biodegradabili. La prima è a Terni, la seconda sorgerà in Sardegna» aggiunge Poggio di Legambiente. «Mezza Italia smaltisce e brucia, mezza ricicla. Una trasformazione drammatica, in corso, porterà a un utilizzo diverso dei rifiuti, come risorse. Il processo virtuoso si può innescare».

storia

«Questa poltrona era una zattera»

Tre donne, tre designer. Nel 2007 mettono creatività, gusto per le cose belle e principi etici in una nuova impresa: 13 ricrea. L'idea: realizzare mobili e complementi di arredo con scarti industriali. Utili e belli. «Dopo tre anni, cominciamo ad avere risultati interessanti. In un momento non facile per il mercato del superfluo. Vendiamo al cliente finale e a rivenditori. Nelle fiere e nei negozi, i nostri elementi di arredo ingentiliscono gli stand di produttori di tecnologie eco: un pannello solare non ha lo stesso appeal delle nostre poltrone, ma ne condivide la filosofia» racconta Angela Mensi, una delle fondatrici.

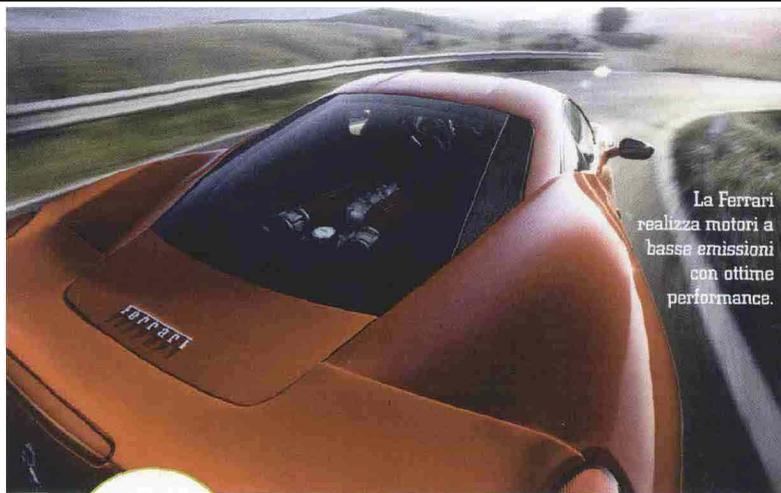
Gli obiettivi: usare quello che è destinato a finire sottoterra e diffondere la mentalità del riuso; sopravvivere bene e guadagnare; creare posti di lavoro. «Per l'avviamento sono serviti più di 60mila euro. In parte per la struttura produttiva, a Serralunga di Crea (Al), le macchine e il magazzino per i materiali, spesso ingombranti. In parte per le spese per uno studio specializzato, che ha lavorato un anno e mezzo per ottenere i permessi da Regione e Provincia per la lavorazione di scarti industriali. Poi, per i viaggi e il trasporto dei materiali: i fornitori sono in tutta Italia. Infine, per la promozione e partecipazione alle fiere: un modo per farci conoscere e apprezzare». Nell'ultimo anno, l'azienda

ha fatturato circa 60mila euro. Le materie "prime" non costano nulla (le aziende pagano, normalmente, per liberarsi dagli scarti). Un'idea del prezzo degli oggetti? Il pouff, realizzato con gli scarti di lattice delle solette per scarpe, costa 60 euro. Una poltrona da esterno, dove il pvc delle tensostrutture e delle zattere fuoribordo diventa una pioggia di petali, arriva a 600 euro. **INFO:** www.creaticrea.com



La nostra storia insegna

**«Tutto si può
 riutilizzare: il riuso fa
 guadagnare e crea
 nuovi posti di lavoro»**



La Ferrari realizza motori a basse emissioni con ottime performance.



Automobili e mobilità: liberiamoci dal petrolio

Ridurre del 60% rispetto ai livelli del 1992 le emissioni di CO2 nel settore trasporti: è l'obiettivo della Commissione europea entro il 2050.

La sfida è liberarsi dalla dipendenza dal petrolio e individuare nuovi modelli di mobilità e servizi. Tra i settori tradizionali, quello automobilistico è tra i più dinamici nella svolta *green*. «Non c'è produttore che non tenga conto degli aspetti ambientali, modificando i motori tradizionali per abbattere gli inquinanti o applicare nuove alimentazioni (elettricità, metano, idrogeno, motori ibridi)» afferma Frey. Anche qui si segue il criterio della conservazione dell'ambiente e delle materie prime naturali, sostituendole con le rinnovabili. E quello dell'afficienza energetica, dagli edifici ai motori dell'industria, dove ci sono ampi spazi di sviluppo, fino ai trasporti e ai servizi, soprattutto in città. Le grandi case automobilistiche si danno al *green*, ma non rinunciano all'ambizione: Ferrari, per esempio, studia motori ecologici. Nei suoi impianti di produzione ha raggiunto gli obiettivi di Kyoto 10 anni prima della scadenza. E i suoi motori, a basse emissioni, hanno anche ottime performance.

Good economy: oltre il green

«Quello di *green business* è un concetto superato da almeno otto anni. Oggi si parla di *good business*» afferma Fabrice Leclerc. «L'86% di persone nel mondo cambiano ogni giorno il loro modo di vivere, secondo la loro *good evolution*. L'impresa perde il suo potere e lo acquistano le persone. La *good way economy* è più potente della *web economy*. Chi non partecipa, è fuori. Un leader che non integra il suo business con quello che può rendere il mondo migliore, non inquinando né aria né acqua né terra, è anacronistico, è fuori. Il *good business* è circolare: tutto ritorna. Ciò che si prende, si deve

«L'imprenditore vecchio stile affonda con il Titanic. I piccoli lanciano barchette e se la cavano. Creano modelli di business secondo i propri desideri, con amore».

ridare. Ciascuno, nel suo piccolo, sta facendo qualcosa: si fanno orti domestici, si fa crescere il proprio cibo. Nella *good economy* il cibo è centrale». Che cosa accadrà nel futuro più cino? «Anche i grandi gruppi si adegueranno, con un cambiamento drastico dei loro modelli di business. E milioni di



10 dritte da mettere in pratica

- 1. Cerca e trova lavoro "verde".** La domanda di operatori dell'energia cresce a ritmi sostenuti.
INFO: Associazione italiana dei produttori di energie rinnovabili (www.aper.it).
- 2. Produci energia fotovoltaica.** Grazie ai progressi tecnologici costerà sempre meno.
INFO: Epia, l'associazione europea dell'industria fotovoltaica. www.epia.org
- 3. Punta al mini eolico.** Il mercato globale del settore è destinato a crescere rapidamente nell'arco di 10 anni. Intanto arriva la prima turbina certificata: Libellula 55 produce energia eolica sotto i 200 kW, prezzo: 50mila euro circa.
INFO: www.ariasrl.it
- 4. Informati sulla bioedilizia.** Nasce l'osservatorio per l'edilizia sostenibile. Si chiama Oise, **INFO:** www.legambiente.it
- 5. Crea un Mercato della Terra con Slow food.** Puoi farlo da produttore, cittadino o amministratore locale. **INFO:** www.slowfood.it
- 6. Scegli l'eco design.** Un corso specifico è la laurea magistrale del Politecnico di Torino.
INFO: www.polito.it
- 7. Sfrutta i rifiuti.** Non perdere la Settimana europea per la riduzione dei rifiuti, dal 19 al 27 novembre 2011.
INFO: www.ecodallecitta.it/menorifiuti
- 8. Apri un sito o un portale green.** Il mercato è saturo. Ma chi ha competenze può offrire consulenze per *green marketing*, come Green me, **INFO:** www.greenme.it
- 9. Usa un'auto eco.** Dal 2012 in arrivo nuovi incentivi per chi acquista un'auto eco. Intanto parte a Milano un car sharing elettrico. Costa cinque euro l'ora. **INFO:** www.carsharing-evai.it
- 10. Entra in un network.** In Lombardia è nato il Green economy network di Assolombarda.
INFO: www.greeneconomynetwork.it

piccoli si butteranno su iniziative non profit o locali, di produzione, vendita e commercializzazione. Anche le banche premiano il *good doing*, con fondi e finanziamenti: studi sui *good business* hanno rivelato che i business con coscienza e artistici sono più performanti».

