



UN MILIONE DI NUOVI POSTI. GREEN

LA GREEN ITALY SI FA STRADA NEL MERCATO MONDIALE

di Cleo Fuentes

Green economy. Economia del risparmio energetico e di ricerca di fonti rinnovabili, ma non solo. E l'Italia non è affatto il fanalino di coda in questo settore che è partito dai Stati Uniti, ma quando ha varcato le Alpi ha puntato tutto sulla qualità. C'è chi, in parte, lo ha già capito, almeno a giudicare dalle cifre dell'Ipsos: **al 63% dei nostri cittadini la green economy piace, per il 59% è un ambito in cui investire.** Del resto le stime elaborate da **Symbola**, fondazione che riunisce quasi 200 soggetti del settore green, fanno decisamente ben sperare: si calcola, infatti, che **nei prossimi cinque anni grazie all'economia verde ci saranno oltre un milione di occupati**, tra nuovi posti di lavoro (nel settore delle rinnovabili e del risparmio energetico), rilancio di settori in crisi, salvataggio di quelli in pericolo. Il **made in Italy del green**, poi, punta tutto sull'innovazione. La Umpi di Cattolica ne è un esempio: è un'azienda con non più di 30-40 dipendenti che ha trovato un modo per risparmiare energia nell'illuminazione stradale ed ora vende i suoi fari in tutto il mondo. Dalla Mecca alla Medina, ma anche a Buenos Aires, a Barcellona, a Venezia, sulle autostrade del Belgio. **Altro esempio vincente è l'eolico:** la crescita annua

prevista fino al 2015 è del 22%, e se è vero che i primi produttori mondiali di energia eolica restano gli Stati Uniti, in Italia si moltiplicano gli start up di aziende a caccia di esperti in energie rinnovabili. «La green Italy a differenza di quella che c'è nel resto del mondo è diversa, perché si incrocia con la fantasia», spiega **Ermete Realacci, presidente di Symbola**, portando ad esempio la storia del metanolo. Ricordate? Lo scandalo del vino al metanolo nel 1986, mise in ginocchio la produzione italiana. «E noi come ne siamo venuti fuori? Puntando sulla qualità e non sulla quantità», dice Realacci, calcolando che oggi la produzione del vino in Italia è circa il 40% inferiore rispetto ad allora, ma il valore dell'export si è moltiplicato per cinque (certo, ora anche questo settore deve fare i

conti con la crisi, ma è un'altra storia). Dal vino al made in Italy, dall'high tech al turismo. I dati di **Symbola** incoraggiano l'economia del nostro paese nei settori più disparati. Il settore aerospaziale, ad esempio? Siamo settimi al mondo e quarti in Europa. Il biotech e le scienze farmaceutiche? Quinti nel mondo (dietro Giappone e Stati Uniti) e ben terzi in Europa. Se parliamo di fotonica, un delicatissimo settore dell'ottica, non abbiamo rivali: siamo i primi in Europa, e rappresentiamo l'8% del mercato continentale. Poi c'è la ciliegina sulla torta: **l'indice di competitività elaborato da Onu e Wto che si chiama Tpi indica l'Italia al secondo posto, dopo la Germania, nella classifica dei dieci paesi più competitivi nel commercio mondiale.** Il futuro ci aspetta. **W**

COME GUARDARSI DALLE ECO-BUFALE

Chi assicura che un prodotto sia davvero ecologico? Quali le tutele per i consumatori che scelgono gli immobili a basso impatto? «Oggi chi vende un immobile deve fornire all'acquirente la certificazione energetica, obbligatoria dal 1° luglio 2009 – ricorda Umberto Poggi, di Federconsumatori –. Questo documento, che deve essere redatto da un esperto, rappresenta già di per sé una garanzia poiché attesta che la casa risponda a determinati criteri energetici, ambientali e d'impiantistica». Attualmente in Italia esistono tre linee di certificazione, Icmq e il protocollo Itaca Sbd. Anche sui singoli materiali esistono delle certificazioni: il sistema Epd controlla tutto il percorso del prodotto, dalla realizzazione fino alla dismissione. «Nel caso d'immobili nuovi l'ideale, per chi può farlo, è seguire da vicino le diverse fasi costruttive, visionando la posa dei materiali e verificandone la corrispondenza con quanto previsto nel capitolato» – dice Poggi. Una regola rimane sempre valida: chi ritiene di essere stato «gabbato» può rivolgersi alle associazioni di tutela dei consumatori per far valere i propri diritti nei confronti di costruttori e rivenditori. (Daniel Di Maggio)