

# L'attenzione verso il bio è in netta crescita

di Deborah Dirani

**P**artner storica della Fondazione Symbola nella produzione del Rapporto omonimo, Unioncamere, e precisamente il suo presidente, Ferruccio Dardanello, conferma il valore strategico della green economy per il futuro del Paese.

**Presidente, cosa significa l'Italia deve fare l'Italia, il claim scelto per il Rapporto, declinato sul mondo delle imprese?**

**«Il 25,8% delle imprese eco-investigatrici ha visto crescere il fatturato contro una media del 17,5%»**

Significa fare le cose che sappiamo fare e farle al meglio, con la creatività e la capacità innovativa che da sempre caratterizza il made in Italy. Farle, se vuole, anche con lo spirito pionieristico che contraddistingue i nostri imprenditori, guardando al mercato di oggi ma anche ai possibili bisogni del domani. Convincersi che la via della sostenibilità ambientale e dell'investimento green è una grande sfida ma anche una straordinaria opportunità per riposizionare le produzioni su nicchie di mercato ad alto valore aggiunto - e, quindi, elevata qualità -, differenziandoci dai Paesi emergenti. E puntare sulla cultura e la bellezza, che rendono unica e insuperabile la nostra Italia.

**La green economy, in un momento delicato come questo, può essere considerato**

**un fattore strategico per la crescita delle imprese?**

Strategico forse è dir poco. Il nostro Rapporto quest'anno ci conferma in primo luogo che le performance delle imprese che investono nella green economy sono decisamente superiori a quelle delle altre imprese. Investire nel green migliora il fatturato: nella manifattura il 25,8% delle imprese eco-investigatrici ha visto crescere il proprio fatturato nel 2013, mentre tra le non investigatrici è successo solo per il 17,5% dei casi. L'export - il 44% delle imprese manifatturiere della green economy esporta stabilmente, contro il 24% di quelle che non investono - potenzia la capacità di innovazione: lo scorso anno quasi il 30% delle aziende che puntano sul verde ha sviluppato nuovi prodotti o nuovi servizi, contro il 15% di quelle che non hanno imboccato la via dell'economia "verde". Inoltre sostiene l'occupazione: il 26,6% delle imprese manifatturiere eco-investigatrici prevede di assumere nel 2014 contro il 12,1% delle non investigatrici. E poi - e questa è la scoperta di quest'anno - piace: otto italiani su dieci sono disposti, nonostante le difficoltà economiche del momento, a spendere di più per prodotti e servizi eco-sostenibili. Poco meno di 10 anni fa, l'opinione pubblica chiedeva ai Governi di essere i trascinatori del percorso ambientale; nel 2014, invece, il 53% degli italiani interpellati ritiene che la maggiore responsabilità nella salvaguardia dell'ambiente sia da attribuire ai comportamenti individuali dei cittadini. Per le nostre imprese, questo



**Italiani.** L'80% comprerebbe beni riciclati (designer Iliana Venturini Fendi)

## IL SONDAGGIO SWG

Il senso del limite, anche ambientale, entra nel sistema produttivo e nelle abitudini delle persone, e si sposa a una spinta nuova verso la qualità dei prodotti e delle relazioni. A una sempre maggiore sensibilità dei consumatori verso il tema ambientale. Ecco perché la conversione green, che porta con sé anche innovazione, competitività, qualità e creatività si rivela driver valido tanto all'estero quanto in casa. Come testimonia il sondaggio condotto da Swg per il rapporto GreenItaly 2014 a cura di Unioncamere e Fondazione Symbola, secondo cui il 78% di cittadini italiani è disposto, nonostante la crisi dei consumi, a spendere di più per prodotti e

servizi eco-sostenibili. Per il 74% dell'opinione pubblica, la green economy è un reale nuovo modo di fare impresa, economia e società. Anche il tema di chi debba fare il primo passo e guidare il cambiamento nella gestione delle politiche green ha subito, negli anni, un processo evolutivo. Nel 2014 (ma già dal 2008) per la maggioranza dell'opinione pubblica, le maggiori responsabilità nella salvaguardia dell'ambiente le hanno i cittadini con i loro comportamenti individuali (53%). Seguono i governi (50%) e quindi le imprese (43%). In fondo alla classifica troviamo gli organismi sovra-nazionali, Unione Europea compresa.

nuovo modo per il consumatore di affrontare le tematiche ambientali significa che ci sono margini di ulteriore sviluppo della green economy anche nel mercato interno oltre che in quello estero.

**Innovare, sì, ma come?**

Gli ambiti in cui una impresa può introdurre innovazioni eco-sostenibili sono davvero infiniti. L'economia "verde" è un driver che interessa sia le modalità produttive - per conseguire una maggiore eco-efficienza, riducendo l'uso di energia, di materia o limitando le emissioni - sia la gamma di prodotti offerti, per venire incontro a un sempre più diffuso orientamento "green" dei consumatori, non solo all'estero ma anche in Italia.

**Le reti di imprese possono essere la pietra angolare sulla quale fondare il made in Italy?**

Lo sono sicuramente e per i motivi che molti economisti sollevano già da tempo, legati al fatto che la ridotta dimensione delle nostre imprese pone un freno al loro sviluppo. Le reti d'impresa, invece, eliminano questo ostacolo perché fanno in modo che la flessibilità e maggior rapidità di risposta agli input del mercato, possibile a imprese dalla dimensione contenuta, si unisca alla capacità di fare "massa critica" - negli investimenti, ad esempio, piuttosto che nell'intraprendere la via dell'internazionalizzazione -, operando così come una grande o medio-grande impresa. Da questa consapevolezza deriva la creazione di 258 reti green che rappresentano il 15% delle totali.