

«Vincono le imprese efficienti e coese»

di Nino Amadore

■ Cinque concetti chiave e dunque cinque temi su cui riflettere per programmare. Possiamo riassumere così l'approccio del presidente di Unioncamere Ivan Lo Bello in questa edizione del rapporto GreenItaly. Quasi una ricetta per questo nostro, spesso, bistrattato Paese. Una strategia che si fa sempre più concreta man mano che cresce il numero dei rapporti curati da Symbola e Unioncamere.

Partiamo da una citazione: «Non si tratta di conservare il passato, ma di mantenere le sue promesse», ha scritto Theodor Adorno. Che vuol dire in concreto?

Significa che il passato, la storia, la cultura e le tradizioni vanno custodite e tutelate. Ma che su questi

pilastri si può costruire il futuro. Il nostro made in Italy è un esempio di come si possa costruire il futuro, di come si possa fare innovazione conservando le proprie radici. La spinta italiana alla qualità ha questa origine. E la green economy è una strada maestra perché consente di migliorare i processi produttivi, realizzando prodotti migliori e più responsabili.

Ho selezionato alcuni concetti chiave per riassumere questa nuova prospettiva che è culturale ma soprattutto economica. Il primo sostenibilità e competitività.

«La green economy migliora i processi produttivi, realizzando prodotti più responsabili»

Questo è davvero un bel binomio poco scontato fino a qualche anno fa. Ma oggi credo che sia un fattore imprescindibile per le nostre imprese. I nuovi stili di vita, la maggiore attenzione all'ambiente da parte dei consumatori di tutto il mondo, forse anche la preoccupazione che emerge quando parliamo di inquinamento o di cambiamenti climatici, non sono più argomenti per una cerchia ristretta di pochi "illuminati". Il nostro sistema produttivo ha compreso bene che questo era un passaggio chiave. E ha investito nel green e continuerà ad investire perché ha capito che è una delle chiavi per gareggiare sui mercati. I dati sulle medie imprese industriali contenuti nel nostro Rapporto sono emblematici.

Altro concetto: efficienza e bellezza. Che non sempre vanno d'accordo.

Essere efficienti significa, nel linguaggio green, fare bene le cose, riducendo gli scarti o addirittura partendo dagli scarti. Significa non contaminare terra ed acque, abbattere i consumi energetici, realizzare prodotti che non abbiano un impatto negativo sull'ambiente in nessuna delle sue fasi, dalla materia prima, alla lavorazione, all'eventuale smaltimento dopo l'uso. In questa logica, le imprese della green economy sono più efficienti, perché cercano di contenere al minimo la produzione di rifiuti ed i conseguenti costi dello smaltimento. Questa loro maggiore efficienza si sposa con l'idea di bellezza, proprio perché tende a ridurre o addirittura azzerare tutto quanto di "brutto" in termini di rifiuti può comportare un processo produttivo.

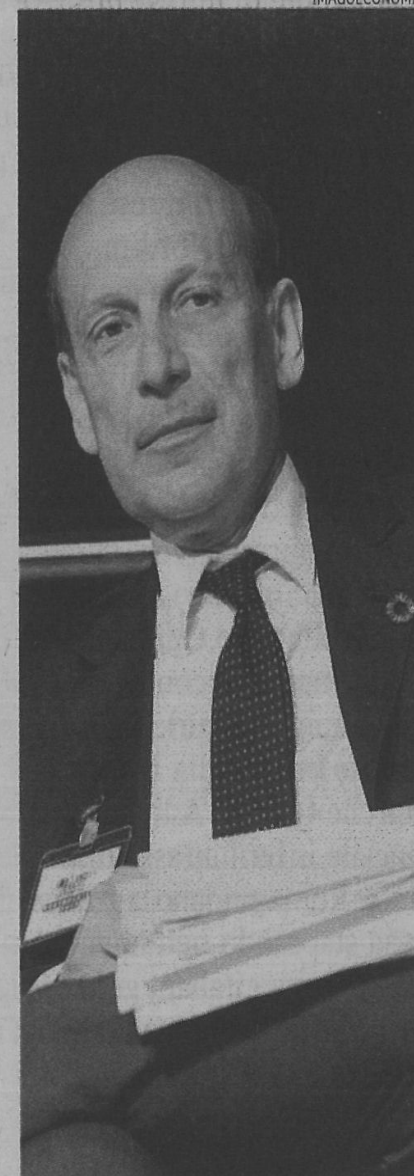
Qualità e innovazione: siamo

di fronte a un obiettivo programmatico, soprattutto per alcune aree del Paese.

Green economy significa anche innovazione. Il Rapporto rende evidente questo legame profondo tra i due concetti. Lo scorso anno il 30% delle aziende che punta sul verde ha sviluppato nuovi prodotti o nuovi servizi, contro il 15% di quelle che non hanno imboccato la via della green economy. E tra le medie imprese industriali eco-investigatrici, sono numerose quelle che segnalano un aumento dell'export nel 2016 grazie ad una crescita della qualità dei prodotti/servizi superiore a quella dei concorrenti.

Saperi dei territori: qui entrano in un nuovo paradigma, forse serve riprendere i concetti di Adorno.

Anche questo è un binomio vincente per le imprese green. Puntando sulla qualità, sull'innovazione e sulla sostenibilità, infatti, ed essendo anche fortemente competitive, le imprese che hanno puntato



Presidente. Ivan Lo Bello è a capo di Unioncamere

sul "verde" hanno mantenuto i loro legami con i territori e con le nostre tradizioni produttive. Riscrivendo, in chiave di sostenibilità, capacità produttive che affondano la propria origine nelle tradizioni locali. Penso al settore alimentare o a quello della carta e del legno.

Coesione e mercati internazionali: in questo caso non ho ben capito qual è il nesso. Vogliamo spiegarlo meglio?

A prima vista può sembrare un abbinamento inusuale. Le imprese "coesive", sono quelle legate alla comunità di appartenenza e al territorio in cui operano, radicate nel tessuto produttivo locale, attente alla valorizzazione del capitale umano, attive nella condivisione dei progetti col non profit, con le istituzioni territoriali, con il sistema bancario e con le associazioni di categoria e impegnate nella tutela dell'ambiente. Ebbene: queste imprese sono maggiormente presenti sui mercati internazionali rispetto alle altre.