

Ti trovi in: [Home](#) > [Economia](#)

## IL CONVEGNO

A Confindustria Bergamo, per il convegno “La competitività delle imprese all’epoca della green economy: le impronte (ambientali) di un nuovo sentiero”, le positive esperienze di Radici Group, Pielletitalia e Manifattura Maiano.

# Aziende verdi, l’impronta ambientale è la nuova sfida



Crisi o non crisi una fetta importante di consumatori è attenta alla “green economy” e tende a privilegiare prodotti ecocompatibili, mettendo in conto di spendere anche un poco di più per non danneggiare l’ambiente. Anzi, con il tramonto dei grandi movimenti di opinione, la scelta consapevole sui consumi è considerata da molti una delle poche opportunità di incidere su una realtà esterna che appare sempre più mutevole e sfuggente. E le aziende più attente sono già pronte a cogliere queste opportunità, come dimostrano gli esempi locali e nazionali protagonisti dell’incontro su “La competitività delle imprese all’epoca della green economy: le impronte (ambientali) di un nuovo sentiero” organizzato da Confindustria Bergamo in collaborazione con l’Università Bocconi e l’Istituto di Management della Scuola Superiore Sant’Anna.

Sara Casini, della Manifattura Maiano in provincia di Firenze, Filippo Servalli per Radici Group Spa e Antonello Pezzini, Pielletitalia Spa, hanno confermato che i passi compiuti in questo ambito stanno cominciando a portare risultati, a patto di avere un approccio serio e non improvvisato, perché altrimenti si rischiano effetti controproducenti.

“Spesso le piccole imprese - ha però sottolineato Gianmarco Lanza, Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Bergamo nei suoi saluti introduttivi - sentono queste problematiche come una costrizione proveniente dalle altre aziende della filiera piuttosto che come opportunità. E’ importante quindi diffondere esempi positivi di aziende che sono state proattive in questo ambito”.

“Una fascia sempre più ampia di consumatori è sensibile ai temi della sostenibilità e della eco compatibilità - ha confermato Imola Bedo, Commissione Europea, Direzione Generale Ambiente - ed è disposta a cambiare le proprie scelte d’acquisto. La transizione verso nuovi modelli di produzione e di consumo ‘sostenibili’ è però solo all’inizio, mentre negli Stati Uniti ci sono segnali decisamente importanti dal mercato”.

Anche per contrastare fenomeni di “greenwashing” di chi lancia solo fumo negli occhi senza un impegno serio, determinando concorrenza sleale nei confronti dei produttori seri, l’Unione Europea, con una Raccomandazione, ha deciso di promuovere l’utilizzo delle nuove metodologie PEF (Product Environmental Footprint) per i prodotti e OEF (Organisation Environmental Footprint) delle organizzazioni per misurare e comunicare le prestazioni e l’impronta ambientale, con incentivi e premialità per la loro corretta applicazione. Queste metodologie regolamentano, mediante una rosa di indicatori oggettivi relativi alle principali categorie di impatto ambientale (emissioni di gas ad effetto serra, efficienza nell’uso delle risorse, impronta idrica, etc.), il calcolo, la valutazione e la comunicazione dell’impronta ambientale dei prodotti e dei servizi.

“Tutela dei consumatori e tutela della concorrenza molto spesso coincidono - ha sottolineato Antonio Mancini, dell’Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato - e fenomeni di green washing vengono da noi monitorati e sanzionati”.

Fra gli esempi acque minerali che utilizzavano termini non verificabili quali “impatto zero”, pannolini per neonati di cui si segnalava la totale biodegradabilità, non vera, con il rischio di far commettere errori di smaltimento al consumatore. Fra le iniziative anche una generale “moral suasion” alle aziende produttrici di sacchetti biodegradabili, dove sono emerse diverse criticità. “Se riusciamo a sistematizzare l’approccio green, può funzionare da volano per la spinta della domanda. Il terreno è pronto”.

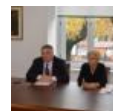
Ne è convinto Massimo Beccarello responsabile ambiente di Confindustria e docente del Corso di economia dell’ambiente e dell’energia presso l’Università di Milano-Bicocca.

“A patto - ha però avvertito Fabio Iraldo, Istituto di Management, Scuola Superiore Sant’Anna di Pisa e IEFE Bocconi, che ha coordinato la tavola rotonda con Sara Casini, Manifattura Maiano, Filippo Servalli, Radici Group Spa, Antonello Pezzini, Pielletitalia Spa, Antonio Mancini, Dario Sciunnach, dirigente UO Sviluppo Sostenibile e Valutazioni Ambientali, Regione Lombardia e Comitato Direttivo della Rete CARTESIO, e Gloria Zavatta, Sustainability Leader, EXPO 2015 S.p.A. - che i percorsi siano credibili e autorevoli”.

Lo stesso marchio CE ha peraltro anche una valenza ambientale di cui si parla poco. “La Regione è in prima linea - ha rimarcato l’assessore Claudia Terzi - per la messa a punto di un piano trasversale sulla green economy. E’ un fatto che le aziende che hanno investito in innovazione resistono meglio anche alla crisi, affrontare queste tematiche vuol dire rivedere l’organizzazione, dare efficienza e risparmio, vuol dire anche creare nuove figure professionali. Ci vuole però la sostenibilità economica che si ottiene grazie all’interazione con università e ricerca. Noi vogliamo fare la nostra parte”.

Rossana Pecchi

### Fondazione della comunità bergamasca



Comunità Bergamasca:  
“Per i più deboli nel 2014  
oltre 150 mila euro”

[Visita l’archivio](#)

# Con la green economy sviluppo e nuove imprese

«La sostenibilità è un investimento per l'imprenditore e rappresenta una grande opportunità di mercato». Così Filippo Servalli, di Radici Group Spa, in apertura del suo intervento al convegno «La competitività delle imprese all'epoca della green economy: le impronte (ambientali) di un nuovo sentiero», organizzato pochi giorni fa da Confindustria Bergamo in collaborazione con l'Università Bocconi e l'Istituto di Management della Scuola superiore Sant'Anna.

Obiettivo dell'incontro l'approfondimento dell'attuale scenario di mercato e le opportunità competitive connesse allo sviluppo di iniziative ambientali da parte delle imprese, con particolare riferimento all'utilizzazione e alla valorizzazione delle impronte ambientali dei prodotti e delle organizzazioni. «La parola sostenibilità la chiamiamo futuro – ha detto Servalli –. Seguendo questa nuova, e imprescindibile, filosofia produttiva, in 4 anni il nostro gruppo ha raggiunto il traguardo del 59%

in meno di emissioni, un +44% di utilizzo di energia rinnovabile e un incremento di 3 milioni di euro investiti per l'ambiente. Non dimentichiamo che sostenibilità significa anche risparmio». «Da parte nostra – ha fatto eco Antonello Pezzini, Pelleitalia, azienda di Grassobbio che produce tessuti ad alto livello tecnologico – abbiamo aumentato del 5% gli investimenti del reddito d'impresa per l'innovazione». Da più voci è stato poi sottolineato come la green economy è condivisa da una fascia sempre più ampia di consumatori che, sensibili ai temi di sostenibilità ed ecocompatibilità, cambiano radicalmente le proprie scelte d'acquisto: «La transazione verso nuovi modelli di consumo e quindi di produzione – ha ribadito Fabio Iraldo della Scuola Superiore Sant'Anna – offre notevoli opportunità competitive a chi è pronto a mettersi in gioco». ■

**Tiziana Sallese**