

Le imprese italiane hanno imboccato la strada della crescita ecologica

ANDREA ZAGHI

Le imprese italiane sono attente all'ambiente. Certo, si può sempre fare di più e meglio, ma in tempi difficili come questi i numeri dicono che gli imprenditori del Paese sono tra i primi in della classe in fatto di cura dei risvolti ambientali di quello che fanno.

Lo dice il Rapporto GreenItaly della Fondazione Symbola e di Unioncamere, che parla chiaro: negli ultimi 5 anni (2015-2019) sono state oltre 432mila le imprese italiane dell'industria e dei servizi con dipendenti che hanno investito in prodotti e tecnologie green. In pratica, quasi una su tre: il 31,2% dell'intera imprenditoria extra-agricola. Nel quinquennio precedente, le aziende green erano state 345mila (il 24% del totale). Numeri importanti che proprio nel 2019 hanno raggiunto il primato con quasi 300mila aziende che hanno investito nella sostenibilità (il dato più alto registrato da quando Symbola e Unioncamere hanno iniziato a misurare questi investimenti). Il rapporto (svolto in collaborazione con Conai, Ecopeus e Novamont, e con il Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne, Ecocerved e patrocinato dal ministero dell'Ambiente), individua negli investimenti in efficienza energetica e nelle fonti rinnovabili le attività più seguite dalle imprese; ma un ruolo importante han-

Le attività "verdi" più frequenti sono gli investimenti sull'energia rinnovabile, il taglio dei consumi di acqua e della produzione di rifiuti, la riduzione degli inquinanti e l'uso delle "materie seconde", cioè gli scarti

no anche il taglio dei consumi di acqua e rifiuti, la riduzione delle sostanze inquinanti e l'aumento dell'utilizzo delle materie seconde.

Situazione tutt'altro che disprezzabile, anche se fotografata prima di Covid-19. Proprio queste imprese, tuttavia, sono tra quelle che hanno reagito meglio alla pandemia. Sempre per Symbola e Unioncamere nel mese di ottobre 2020 chi è green sarebbe stato più resiliente. Tra le imprese che hanno effettuato investimenti per la sostenibilità, il 16% è riuscito ad aumentare il proprio fatturato, contro il 9% delle imprese non green. A giocare dalla parte degli investimenti ecosostenibili vi sarebbero anche altre rilevazioni. La quota di imprese manifatturiere il cui fatturato è sceso nel 2020 di oltre il 15% è dell'8,2% tra quelle green, mentre è stata quasi il doppio (14,5%) tra le imprese "non eco-investigatrici". E, sempre in termini di vantaggio competitivo, gli effetti si ve-

dono anche circa l'occupazione (assume il 9% delle green contro 7% delle altre), e di esportazioni (aumentano per il 16% contro il 12%). Dietro questi risultati non è solo il cuore più verde degli imprenditori, ma anche il più forte grado di capacità di innovazione (73% contro 46%), così come di investimenti in ricerca e sviluppo (33% contro 12%); importante è anche la presenza delle tecnologie 4.0. L'attenzione all'ambiente va di pari passo con il welfare e con la responsabilità sociale d'impresa. Senza dire dell'occupazione: nel 2018 i cosiddetti green jobs hanno superato la soglia dei 3 milioni (13,4% del totale).

Certo, si tratta anche di età dell'imprenditore visto che tra le imprese guidate giovani con meno di 35 anni, il 47% ha fatto eco-investimenti, contro il 23 delle altre. Ed è proprio il futuro che si ha davanti a contare molto: quasi un quarto delle imprese green conferma eco-investimenti per il periodo 2021-2023.

Insomma, quello delle aziende green è sempre di più, come ha detto Ermete Realacci presidente di Symbola, «un paradigma che ci può portare, come recita il Manifesto di Assisi, senza lasciare indietro nessuno e senza lasciare solo nessuno, verso una nuova economia più a misura d'uomo, per questo più resiliente e competitiva». Un traguardo più che raggiungibile. A patto di crederci davvero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA TENDENZA

Secondo il quinto Rapporto GreenItaly, realizzato da Fondazione **Symbola** e Unioncamere, negli ultimi 5 anni oltre 432mila aziende hanno investito in prodotti e tecnologie "green"

Italia riparte coi capolavori della cultura del cibo

Fare la spesa facendo cultura. Per scoprire, magari, il macchinario inventato da Leonardo da Vinci per trasformare l'antenato dell'olio Toscano Igp o il ruolo del vino Barolo nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna, patrimonio dell'Umanità Unesco dal 2013 e fattore vitale per la nascita del Pistacchio verde di Bronte Dop. Si chiama «I capolavori a denominazione di origine» la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataty, Federdoc, Fondazione Qualivita, Origin Italia e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione sulle oltre 830 denominazioni Dop e Igp del settore

agroalimentare e vitivinicolo. Arrivano nei punti vendita italiani di Eataty grandi pannelli illustrati, mentre un manuale evidenzia l'elenco aggiornato delle denominazioni, insieme a una *brochure* dedicata ad approfondire le produzioni di qualità europee e il significato dei marchi Dop Igp e a etichette con Qr-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti certificati, per poter scorrere immagini e testi. «Iniziativa così ricevono il nostro plauso», ha detto Manlio Di Stefano, sottosegretario 5s agli Esteri. «Il racconto del Made in Italy è il presupposto del nostro modello», ha rimarcato Nicola Farinetti, ad di Eataty.

