

IL CONSIGLIO NAZIONALE DELLA GREEN ECONOMY

Gli obiettivi per gli Stati generali, dedicati nell'edizione del 2014 al tema:

“Lo sviluppo delle imprese della green economy per uscire dalla crisi italiana”

1° Obiettivo: Contribuire a far conoscere le caratteristiche, la consistenza e i potenziali di sviluppo delle imprese della green economy in Italia

Il cambiamento da una brown economy – tradizionale e non più sostenibile – verso una green economy è necessario per affrontare i crescenti costi e rischi delle crisi ambientali – a partire da quella climatica – per assicurare possibilità di sviluppo anche in futuro e per migliorare, rendere più esteso e inclusivo, il benessere. Il cambiamento verso una green economy è un'occasione di innovazione, di nuovi investimenti, di miglioramenti, di nuovi processi produttivi, di beni e servizi: un'occasione di nuovo sviluppo – sostenibile e di migliore qualità – e di nuova e maggiore occupazione.

In una recessione prolungata come quella attuale e in un Paese come l'Italia, pare difficile individuare proposte con potenzialità di sviluppo comparabili con quelle di una green economy. Per cogliere queste potenzialità è necessario puntare sullo sviluppo delle imprese della green economy, sia core-green (che producono beni e servizi ambientali), sia go-green (che comunque applicano modelli di business basati sull'elevata qualità ecologica). Vi sono ormai numerose esperienze aziendali di successo che dimostrano che si può puntare su un'elevata qualità ecologica e realizzare ottimi risultati anche economici. Vi sono, inoltre, documentati studi internazionali che analizzano non solo i vantaggi ambientali di tali percorsi green, ma anche quelli economici, specie di non breve termine. Gli indirizzi espressi, le norme e gli strumenti attivati da autorevoli istituzioni internazionali (Unep, OCSE, Unido, Unione Europea) e da importanti organizzazioni (World Business Council SD e GRI) hanno consentito di gettare solide radici alle imprese della green economy, in particolare nei Paesi industriali maturi.

Anche se non mancano le resistenze, anche se un consistente numero di imprese resta ancorato ai vecchi modelli di un'economia brown, il processo verso una green economy – alimentato per anni da elaborazioni, norme, politiche e strumenti e investimenti per migliorare le politiche ambientali – ha coinvolto già molte imprese anche in Italia. Sono poi, via via, intervenuti o si sono rafforzati nuovi fattori: la crescita della consapevolezza ambientale e la richiesta di un benessere di migliore qualità hanno alimentato una nuova domanda di beni e servizi green; la crisi climatica ha fatto crescere la consapevolezza della gravità dei rischi ambientali; l'elevato consumo di capitale naturale ha ridotto la disponibilità di servizi degli ecosistemi e reso l'ambiente una risorsa scarsa.

La presenza – a volte la sinergia – di questi diversi fattori ha sollecitato, a volte costretto, a modificare le caratteristiche dei modelli di business di molte nostre imprese:

- l'economicità delle gestioni ha dovuto fare i conti con i costi crescenti delle crisi ambientali e delle risorse naturali, con la necessità di prevenirli e di puntare su un uso più efficiente e sul risparmio delle risorse naturali e dell'energia;

- la competitività ha tratto benefici dalla crescita della consapevolezza ambientale e della domanda di beni e servizi ad elevata qualità ambientale;
- anche sulla produttività del lavoro non sono mancate le novità green: con l'eco-efficienza, con un migliorare l'uso delle risorse (materiali ed energia), con l'eco-innovazione, con i miglioramenti della qualità dei prodotti e delle vendite, l'indirizzo green in non pochi casi ha contribuito a migliorarla e a consentire un buon livello di profittabilità;
- la lunga crisi avviata nel 2008 ha messo in difficoltà le produzioni e i profitti di molte imprese, ha così anche alimentato – per cercare nuovi sbocchi di mercato, interno e internazionale – una spinta verso innovazioni, conversioni, differenziazioni di produzioni e prodotti in direzione green.

Per l'insieme di questi fattori, i fatturati, gli occupati, le attività delle imprese, collocabili in una green economy sono, in questi anni, cresciuti. La spinta verso la migliore qualità ambientale e la crescente consapevolezza dei rischi della scarsità e del potenziale del capitale naturale, hanno alimentato migliaia di "piccole" scoperte e nuove applicazioni tecnologiche, nuovi processi produttivi, miglioramenti e nuovi prodotti, non solo in grandi aziende, ma anche in moltissime medie e piccole: una vera e propria rivoluzione diffusa dell'eco-innovazione. Anche in Italia, pur se ormai da anni si investe poco in ricerca, il fenomeno dell'eco-innovazione – trascurato da troppi analisti – è presente, diffuso e fecondo in molte imprese di tutte le dimensioni.

Anche se questo potenziale è ancora poco conosciuto e sottovalutato nelle sedi politiche e istituzionali, le imprese della green economy in Italia sono già una realtà consistente ed hanno grandi possibilità di crescita.

2° Obiettivo: Produrre informazione e formazione per il management delle imprese della green economy e far crescere la capacità di fare squadra

Perché le imprese possano avere un ruolo più attivo per lo sviluppo di una green economy è necessario che almeno una parte significativa di imprenditori – e più in generale del management – e di organizzazioni di diversi settori condividano analisi, valutazioni e indirizzi. Che, in altri termini, esista la condizione di base – una visione condivisa nelle linee di fondo – perché si possa pensare che il variegato mondo della green economy sia in grado di fare squadra, non solo per interessi specifici, di categoria, ma per un progetto generale. Il percorso degli Stati generali del 2014 – arricchito da incontri tematici, da gruppi di lavoro preparatori, dalle elaborazioni, dall'evento di Rimini con un'ampia partecipazione e con relatori qualificati – punta ad essere anche uno strumento di informazione e di formazione. Questo lavoro di analisi, di elaborazione e di definizione di proposte condivise non va considerato come rivolto solo all'esterno, agli interlocutori istituzionali, ma è anche un lavoro per "l'interno", per far crescere la visione e la consapevolezza, la coesione nel variegato mondo della green economy, fatto da diverse decine di organizzazioni e da migliaia di imprese di diversi settori.

Nel Rapporto sulla green economy del 2014, curato dalla Fondazione per lo sviluppo sostenibile e dall'Enea a supporto degli Stati generali, è pubblicata anche un'indagine sull'opinione degli imprenditori della green economy, condotta in collaborazione con le organizzazioni del Consiglio nazionale, su una serie di temi

decisivi che qui brevemente riprendiamo per riassumere e sottolineare i principali contenuti di una visione che riteniamo ormai condivisa.

Dall'indagine emerge innanzitutto un ampio accordo non solo sul fatto che le imprese che producono beni e servizi di valore ambientale facciano parte della green economy, ma anche che un'impresa possa avviarsi sulla via di una green economy se realizza un serio programma di interventi finalizzati a raggiungere un'elevata qualità ecologica. Condivisa è la fiducia, nonostante la recessione prolungata, che una impresa attenta all'ambiente che produca beni o servizi che comportano anche benefici ambientali, possa avere oggi anche maggiori possibilità di successo di mercato.

Risulta invece molto basso il consenso degli imprenditori della green economy con l'idea che in periodi di crisi l'impresa non possa permettersi di essere troppo green, anche se non è detto che i vantaggi ambientali producano sempre anche vantaggi economici. Ma forse ciò che segnala in modo più netto la consapevolezza culturale degli imprenditori della green economy è l'accordo altissimo sull'importanza attribuita ai valori e alla visione di chi guida un'impresa green. Il cammino di un'impresa per arrivare, per mantenere e per migliorare la tutela dell'ambiente e i benefici anche ambientali delle sue attività, richiede, infatti, investimenti e percorsi impegnativi. Superiore alla media è il livello di consenso accordato dagli imprenditori della green economy all'idea che la finalità dell'economia debba essere quella di assicurare un benessere duraturo e inclusivo, capace di conservare il capitale naturale necessario per avere un futuro. Dopo un lungo periodo di recessione, che ha colpito anche le imprese della green economy, va certamente segnalato il livello elevato di accordo degli imprenditori della green economy con l'idea che non tutto ciò che promuove una crescita economica abbia di per sé un valore positivo. Abbastanza alto è anche l'accordo sul fatto che la finanza debba essere più controllata e che il risparmio debba restare più ancorato agli investimenti locali, a conferma di un maggior legame ricercato dagli imprenditori della green economy con i rispettivi territori. Più controversa sembra essere, invece, la questione degli incentivi che supportano la riduzione del costo dell'energia pagato dalle imprese in funzione della quantità consumata: una pratica ritenuta poco green da alcuni e necessaria da altri (che operano in attività che consumano parecchia energia, ad esempio alcune attività di riciclo). L'imprenditore della green economy ritiene che il mercato sia uno strumento importante, ma non sia il solo strumento per far progredire l'economia.

C'è un ampio accordo con l'idea che questa crisi economica sia profonda e che solleciti cambiamenti, perché le vecchie strade non sono più sufficienti per riaprire prospettive durature di sviluppo; con il fatto che innovare, differenziare, convertire produzioni e consumi in direzione green potrebbe contribuire ad alimentare una ripresa economica, con nuovi investimenti e nuova occupazione. Emerge con chiarezza anche la convinzione degli imprenditori della green economy sul fatto che l'Italia potrebbe uscire meglio dalla lunga recessione se avesse maggiore capacità di valorizzare la sua vocazione alla qualità e alla bellezza. Un buon accordo raccoglie l'idea che investire per prevenire e ridurre i costi delle crisi ambientali e tagliare gli incentivi negativi per l'ambiente, possa aiutare anche la ripresa economica. Un consenso positivo, anche se non elevato in valore assoluto, raccoglie l'idea che per uscire da questa crisi occorra cambiare anche le politiche europee che hanno favorito in maniera squilibrata l'espansione dell'economia tedesca e aggravato le difficoltà di quella italiana.

Non incontra invece un grande favore fra gli imprenditori della green economy l'idea che per uscire dalla crisi si debba, in primo luogo, puntare sulla crescita dei consumi. Va invece segnalato l'altissimo consenso,

probabilmente non solo degli imprenditori della green economy in questo periodo, con l'idea che la crisi sia aggravata dagli sprechi nella spesa pubblica, dalla corruzione e dall'inefficienza della politica.

Sulle politiche ambientali gli imprenditori della green economy si mostrano ben informati e chiaramente orientati. Esprimono, infatti, un ampio accordo, superiore alla media, su tutte le questioni poste: sulla gravità della crisi climatica e sulla necessità di una rivoluzione energetica basata sul risparmio, l'efficienza e le fonti rinnovabili; sull'importanza di puntare sul capitale naturale e affrontare la crisi ecologica; sull'efficienza delle risorse, la prevenzione e il riciclo dei rifiuti come fattori strategici; sul fatto che produzioni con rilevanti impatti ambientali e sanitari non siano più sostenibili; sul fatto che occorra gestire meglio, tutelare e fermare il consumo di nuovo territorio e salvaguardare e promuovere un'agricoltura di elevata qualità ecologica e che si debba rendere più sostenibile la mobilità nelle nostre città.

La conoscenza e l'accordo sulle principali problematiche ambientali conferma un altro dato interessante: la convergenza degli imprenditori della green economy non nasce solo da interessi connessi, in qualche modo, alle attività delle proprie imprese, ma si registra anche su questioni che non hanno queste connessioni, ma derivano da una consapevolezza e da una maturazione ecologica. Da segnalare, inoltre, che fra gli imprenditori della green economy è piuttosto bassa la fiducia nell'idea che sarà il progresso economico a risolvere, automaticamente, anche i problemi ambientali. Nessuno mette in discussione che anche le imprese green debbano mantenere la sostenibilità finanziaria e rispettare la legalità. E' molto forte l'accordo fra gli imprenditori della green economy sulla necessità di innovare, differenziare e migliorare la qualità ecologica dei prodotti e dei processi produttivi, ma anche sull'utilità di un ambiente di qualità per attrarre i migliori talenti, per favorire un lavoro creativo e responsabile, per realizzare attività durature nel tempo che generino utili ma che siano anche utili e apprezzate dalla comunità. Sembra molto netto il disaccordo degli imprenditori della green economy con l'idea che la vera finalità dell'impresa debba essere solo quella di aumentare la produzione e produrre profitti.

Questi imprenditori mostrano un ampio consenso non solo sulla necessità di promuovere l'eco-innovazione ma di migliorare la comunicazione dei risultati, degli impegni e degli obiettivi ambientali. Elevato è anche il consenso sul fatto che si possa aumentare l'export puntando su prodotti ad elevata qualità ecologica, che sia importante valorizzare le certificazioni ambientali di prodotto e di organizzazione e fissare target ambientali avanzati e raggiungerli, quali fattori che contribuiscono ad assicurare un migliore futuro alle imprese. Molto elevato è invece il dissenso degli imprenditori della green economy con l'idea che si possa assicurare un futuro alle imprese puntando su una bassa spesa per l'ambiente, trascurando gli investimenti nell'eco-innovazione e per la qualità dei prodotti. C'è, infine, un consenso altissimo anche degli imprenditori della green economy sulla necessità di una decisa lotta alla corruzione e alla criminalità; sulla necessità di definire norme più semplici, più incisive, più tempestive, più chiare e stabili; sull'importanza di valorizzare i potenziali di una green economy italiana basata sulle vocazioni dei nostri territori della nostra manifattura, delle nostre risorse culturali e naturali, di qualità e di bellezza (che riprende e rafforza quanto già segnalato in relazione al made in Italy). Elevato è anche il consenso nei confronti della necessità di attuare una riforma fiscale ecologica che riduca il prelievo sui redditi del lavoro e dell'impresa e incrementi quello sul consumo di risorse, sull'inquinamento e sulle emissioni di CO₂, così come quello relativo alla importanza di facilitare l'accesso al credito e del ricorso a strumenti finanziari innovativi per investimenti nella green economy, nonché sull'importanza di supportare la diffusione nelle imprese dell'eco-innovazione di prodotto e di processo.

Questa indagine segnala che è in atto la formazione di un gruppo abbastanza esteso di imprenditori che si caratterizza per un orientamento chiaramente green e che stanno cominciando a fare squadra, a operare nella stessa direzione, sulla base di idee, convinzioni condivise. È possibile che anche la narrazione della green economy cominci ad alimentare un sentire comune, una visione condivisa, in una parte importante del mondo delle imprese.

3° Obiettivo: Arricchire e far conoscere le proposte per lo sviluppo delle imprese della green economy per uscire dalla crisi italiana

Le possibilità di successo, o di insuccesso, di un'impresa della green economy non dipendono solo dalla qualità e abilità dei suoi manager e imprenditori, ma, spesso, anche da condizioni – normative, amministrative, fiscali e finanziarie – che possono promuoverne o ostacolarne lo sviluppo. La recessione prolungata che sta colpendo da diversi anni l'Italia – producendo elevata disoccupazione, bassa domanda interna, attività e ricavi ridotti, bassi investimenti pubblici, difficoltà di accesso al credito – alimenta un contesto negativo per tutti e colpisce anche le imprese della green economy. Anche per contrastare la recessione sarebbe utile che le politiche del governo promuovessero investimenti per le imprese che si muovono verso una green economy. Non sono state di aiuto le politiche europee, basate troppo unilateralmente sulla bassa inflazione e solo sul contenimento del debito pubblico, che hanno alimentato deflazione e stagnazione dell'area dei Paesi dell'euro e contribuito ad aggravare la crisi italiana. Senza trascurare il fatto che, per attuare gli stessi obiettivi ambientali europei, che hanno un ruolo di traino anche per una green economy – dalla lotta ai cambiamenti climatici con le nuove politiche energetiche, all'uso efficiente delle risorse, dai programmi per la tutela del capitale naturale alle numerose direttive in materia di tutela dell'ambiente, dagli impegni diretti a limitare il consumo di suolo e a valorizzare la biodiversità – servono nuovi e ingenti investimenti, privati e pubblici, che sono invece ostacolati proprio dalle attuali politiche europee.

Per superare questa crisi le imprese della green economy devono operare, in modo più incisivo, per un cambio delle politiche economiche europee e italiane, facendo conoscere e sostenendo le proprie proposte programmatiche. Mentre evidenziamo la necessità di questo cambio non dobbiamo, inoltre, trascurare la necessità di contrastare – con più forza, facendo pesare di più sia le buone ragioni sia il peso reale ormai raggiunto da queste imprese – le proposte e le politiche che ci fanno andare indietro, verso arretramento della qualità ambientale e sociale dello sviluppo. La recessione prolungata insieme al persistere di idee arretrate, infatti, stanno alimentando spinte e politiche negative come quella che continua a trascurare l'importanza strategica dello sviluppo di fonti rinnovabili di energia e di materiali, o dell'efficienza energetica e del risparmio dei materiali, a vedere nell'elevata qualità ambientale, non un prerequisito necessario per il rilancio del made in Italy, ma un ostacolo alla ripresa economica. C'è ancora chi si illude di poter competere con i Paesi di nuova industrializzazione, inseguendoli all'indietro e non con la migliore qualità. Chi ancora parla di rilancio e ripresa in termini generici, senza proporre alcuna scelta strategica precisa, effettivamente in grado di orientare, rafforzare le priorità che possano consentire al Paese di uscire da questa crisi.

Servono idee e scelte strategiche precise per contrastare la retromarcia verso il declino. Le imprese della green economy possono mettere in campo un programma di green New Deal – l'unico in grado di avviare



una nuova fase di sviluppo durevole e sostenibile – basato su 79 proposte programmatiche (pubblicate sul sito www.statigenerali.org). Per gli Stati generali del 2014 questa elaborazione programmatica sarà arricchita approfondendo, in apposite sessioni, sette tematiche di particolare interesse. La trattativa in corso per un nuovo accordo internazionale, post Kyoto, per mitigare la crisi climatica: accordo che avrà un peso decisivo per i futuri sviluppi di una green economy nonché il tema, connesso, dell'impronta carbonica e ambientale delle imprese che avrà un peso crescente in relazione agli sviluppi degli impegni per il clima. Sviluppare la capacità di valutare e contabilizzare il valore anche economico del capitale naturale e dei servizi eco-sistemici è un requisito centrale per il passaggio ad una green economy. La tutela e gli usi sostenibili delle risorse idriche rappresentano un caso esemplare di come si debba tutelare e valorizzare il capitale naturale e i servizi eco-sistemici. Lo sviluppo e la diffusione dell'eco-innovazione saranno approfonditi come chiavi per il successo delle imprese della green economy e priorità per uscire dalla crisi italiana. Ferma restando l'elaborazione programmatica già sviluppata per un'agricoltura di qualità ecologica, in vista di EXPO 2015 verrà proposto un tema innovativo, poco presente nel dibattito italiano: quello dello sviluppo di attività agricole, multifunzionali, nelle aree urbane e periurbane. Verrà, infine, proposto un focus sull'economia del riciclo dei rifiuti che, dopo i progressi importanti fatti in questi ultimi anni, ha ancora grandi potenzialità di crescita. Questi 7 approfondimenti indicheranno anche possibilità, indirizzi, buone pratiche, obiettivi per lo sviluppo delle imprese della green economy, in grado di arricchire la più complessiva e ampia proposta programmatica per uscire dalla crisi con un green New Deal.