



il mondo è "un tutto" e tutti contribuiamo a crearlo

COMINCIARE DA PICCOLI tratto da www.megliopossibile.it

di Marialuisa Nicoletti - 25/06/2009

Sostenibilità e tutela dell'ambiente sono opportunità anche per le Piccole Imprese italiane? Una ricerca mette a confronto il nostro Paese con l'Europa e gli Stati Uniti della svolta verde in materia di energie rinnovabili.

Nel corso di un incontro organizzato dal Formaper (Azienda speciale della Camera di Commercio, Industria Artigianato e Agricoltura di Milano), il prof. Marco Frey, Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese presso la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, ha presentato i dati incrociati per fonti, Paesi, panel di intervistati e periodo di rilevazione relativi a ricerche che hanno messo in evidenza come **la sostenibilità aziendale possa diventare un'opportunità per le piccole imprese.**

Dall'analisi sono emersi segnali interessanti: più del 78% dei manager intervistati ritiene che la sostenibilità sia un elemento che influenza la competitività delle imprese; il 75% ha beneficiato di un miglioramento di immagine/reputazione dopo aver intrapreso un impegno in termini di sostenibilità e circa il 75% dei marketing manager ritiene che ci sia disponibilità ad acquistare prodotti green anche se ciò comporta un leggero aumento del prezzo dei prodotti.

La politica di Obama, rivolta allo sviluppo della *green economy* in materia soprattutto di energie rinnovabili, **offre ulteriori opportunità nell'area delle energie rinnovabili, come l'eolico e il solare** (per esempio, il citato progetto Archimede in Sicilia, con un impianto a concentrazione simile a quello di recente installazione a Siviglia). Su questo tema i dati IPSOS del marzo 2009 indicano che **anche in Italia la politica ambientale viene ormai ritenuta un'opportunità per il 63% degli intervistati** (concentrati tra 25/44 anni, elevata scolarità, imprenditori/dirigenti, Nord Est).

In merito alle *green technologies*, in Italia il 59% degli intervistati ritiene che sia importante investire ora sull'ambiente, per stimolare lo sviluppo (in questa fascia si collocano imprenditori, alta scolarità, 31/45 anni), mentre il 36% ritiene che sia meglio posticipare questo investimento (over 60 anni, pensionati, casalinghe, bassa scolarità)

A livello europeo è interessante anche l'atteggiamento nei confronti dei media e delle informazioni, con **una crescita di credibilità nei confronti degli scienziati** (rispetto alle associazioni ambientaliste) e **una decisa crescita di Internet come punto di riferimento per le informazioni** (che arriva al 24% con una crescita di oltre il 100% rispetto all'anno precedente, a differenza di tutti gli altri media che perdono punti percentuali). E sempre a livello europeo, la sensibilizzazione al tema dei mutamenti climatici è molto avvertita soprattutto in Paesi come Grecia, Turchia, Cipro, Francia, Germania, Svezia, Finlandia, Slovenia (che sono oltre la media ponderata del 62%, con punte fino all'82%), mentre l'Italia è leggermente sotto la media, con un 47%.

Il bisogno di informazione in relazione alla situazione ambientale, inoltre, è vissuto come un'esigenza elevata per chi guarda con preoccupazione ai temi dell'inquinamento, della crescita dei rifiuti e del riciclaggio. Infine, sempre in tema di sostenibilità, una piccola notazione sul rapporto tra le attività poste in essere dalle Aziende e il tasso di successo riscontrato.

Le più premiate sono state: le informazioni chiare sui prodotti, le politiche di prezzo trasparenti, un rapporto di partnership/attenzione alla persona e soprattutto l'innovazione nel packaging in termini di riciclabilità.

