



► 11 marzo 2018 - Edizione Venezia e Mestre

Dal 13 al 18 marzo torna il festival della Green Economy. Come coniugare efficienza ambientale e sviluppo economico: sul palco le eccellenze dell'imprenditoria. Parteciperà anche il premier Gentiloni

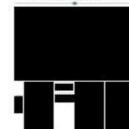
# Competitività verde

di **Mauro Pigozzo**

**C'**era una volta la fiaba dell'imprenditore idealista, che si affidava al green per migliorare il mondo. «Costa di più, ci rimetto ma lo faccio per dare un futuro ai miei figli». In realtà la fiaba oggi ha una trama completamente diversa. Chi investe nel green attiva giri d'affari sempre più redditizi e competitivi, sono aziende che crescono a ritmi vertiginosi perché intercettano un mercato che vuole prodotti e manager capaci di rispettare l'ambiente. È questo in sintesi il messaggio che arriva da Green Week, il Festival dell'economia verde che percorrerà il territorio delle Venetie dal 13 al 18 marzo. La Green Week si aprirà, martedì 13 marzo, con un tour delle Fabbriche della Sostenibilità: da CDA a Lattebusche, da Amorim Cork a Cantina Pizzolato, da Cielo e Terra Vini a Etra, passando poi per l'evento speciale «Arzignano Green Land» che vedrà protagoniste Acque del Chiampo, Dani, Ilsa e Samia; e ancora, Cartiere del Garda, Gruppo Dolomiti

Energia, il cantiere della Nuova RSA di Area Tecnica e della scuola materna di Rovereto, Bios Line, Consorzio Melinda, Consorzio Comuni BIM Adige. Da venerdì 16, invece, riflettori puntati su Trento, dove sarà presente il premier Paolo Gentiloni e intervengono, tra gli altri, Matteo Thun, Francesco Starace, Alberto Vacchi, Catia Bastioli, Massimo Sideri, Aldo Bonomi, Fabio Renzi, Stefano Micelli, Salvatore Majorana, Francesca Protano. A far da sintesi, i premi consegnati alle aziende «Radical Green» dell'anno. «Ascolteremo le testimonianze degli imprenditori che hanno intrapreso un percorso di sostenibilità. Inclusa quella di chi fa cultura», spiega Filiberto Zovico, fondatore di Italy

Post e promotore dell'evento. «L'economia green non è chiacchiera, non è moda: è il business più avanzato che guarda alla sostenibilità come fattore competitivo, che immette nel mercato prodotti performanti e per questo garantisce reddito in crescita». Una linea, questa, sposata da Ermete Realacci, presidente di Fondazione Symbola, ente che promuove la soft economy.



«Più di un'impresa su quattro, dal 2008, ha scommesso sulla "green economy" – dice – e ha investito in tecnologie per ridurre l'impatto ambientale, risparmiare energia e contenere le emissioni di anidride carbonica». Lo scorso anno, in particolare, si è registrata una vera e propria accelerazione della propensione delle imprese a investire verde: 209.000 aziende hanno investito su sostenibilità ed efficienza. Declinando la visione in azione, a salire sul palco quest'anno saranno aziende con le loro storie di successo. A partire da La Sportiva, leader mondiale nella produzione di scarpette d'arrampicata e di scarponi per l'alta montagna con sede a Ziano di Fiemme ai piedi delle Dolomiti e al di fuori dai grandi distretti industriali calzaturieri italiani. Spiega Lorenzo Delladio, ceo e presidente: «Essere sostenibili è per noi un vantaggio competitivo che traduciamo in scelte produttive, condotte e comportamenti nei confronti dei nostri *stakeholder*» (azionisti, *ndr.*).

Lurisia è invece un'azienda specializzata nella produzione e commercializzazione di acque e bevande. Ha sede nel Cuneese, in un piccolo paese con cui condivide anche il nome: la sua storia prende avvio nel 1940 con la scoperta di una sorgente termale. «Persone e territorio sono anche i primi due valori che guidano le nostre scelte – commenta il presidente Alessandro Invernizzi – perché la cura del territorio si traduce in un'attenzione all'ambiente a prote-

zione della propria materia prima». Sul fronte artigianale, la peculiarità di Berto Salotti consiste nel selezionare ogni materiale per tracciarne l'origine. La tappezzeria sartoriale produce infatti ogni modello su ordine ed è possibile assistere alla lavorazione, conoscere i lavoratori, affiancare i tappezzieri. L'impegno della famiglia Mantellassi dell'azienda Manteco è finalizzato da sempre a sviluppare le potenzialità qualitative e produttive dell'azienda, incrementandone i progetti e le attività di ricerca rispetto alle performance dei tessuti. Premiato anche Sofidel, gruppo fondato nel 1966 e oggi uno dei leader mondiali nel mercato della produzione della carta *tissue* per uso igienico e domestico. Tra i marchi più popolari del gruppo, i «Rotoloni Regina»: è stata la prima azienda italiana e al mondo nel settore *tissue* ad aderire al progetto internazionale con cui il Wwf propone alle grandi aziende di adottare piani di riduzione delle emissioni di gas serra.

Infine, sul fronte del turismo sostenibile, sarà premiato Paolo Verri, direttore di «Matera 2019-Capitale europea della cultura». Insomma, quella che, solo pochi anni fa, era considerata una scommessa quasi ideologica, oggi è di-

venuta una realtà. «Viene avanti un'economia più sostenibile e a misura d'uomo, per questo più forte e competitiva», conclude Realacci. «Lo testimonia anche il Premio Nobel nuovamente dato a un economista atipico che riflette sulle persone e sulle comunità come Richard Thaler. Occorre un'economia che incroci innovazione e qualità con valori e coesione sociale; ricerca e tecnologia con design e bellezza, industria 4.0 e antichi saperi. Per un'Italia che fa l'Italia la "green economy" è la frontiera più avanzata per cogliere le nuove opportunità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### I percorsi

Da martedì 13, le visite nelle fabbriche della sostenibilità nelle Venezie

### Il Festival

Da venerdì 16 tre giorni di conferenze e talk sulla produzione sostenibile

## 209

Le **migliaia** di aziende che, nel 2017, hanno investito in sostenibilità, il 15,9% del totale con una accelerazione rispetto agli anni prima