

Approved by



CONFINDUSTRIA ENERGIA



Società Geografica Italiana



Media partner

AFFARITALIANI.it



Banca&Mercati



Ideazione



# Green Globe Banking

## STATI GENERALI DELLA GREEN ECONOMY

25 settembre 2012

Marco Fedeli

Fondatore Green Globe Banking – Conference & Award | [www.ggbanking.it](http://www.ggbanking.it)  
Managing Director Globiz | [www.globiz.biz](http://www.globiz.biz)  
Presidente Green Business Executive School | [ww.gbes.it](http://ww.gbes.it)  
Presidente Greenzone | [www.greenz.it](http://www.greenz.it)  
Docente di Marketing Università di Genova  
Autore di 'Green Banking. Il marketing bancario al di là del mercato' – Edizione Franco Angeli - 2010

Stiamo discutendo su quale sia la relazione tra mondo bancario e finanziario e sostenibilità ambientale ovvero cosa si chiede di fare alle banche per sostenere la green economy. E' un problema con molte sfaccettature e io vi propongo la mia prospettiva.

La prima considerazione conduce a formulare la domanda: 'cosa interessa alle banche della green economy, perché le banche dovrebbero occuparsi e sostenere lo sviluppo della green economy?'

[www.ggbanking.it](http://www.ggbanking.it)

t + 39 02 6888241 f + 39 02 69311819 [info@ggbanking.it](mailto:info@ggbanking.it)



'Quale VALORE ricevono le banche dalla Green Economy e quale rilasciano?'

Direi innanzitutto che è escluso chiedere alle banche di sostituirsi all'istituzione pubblica e chiedere al mondo bancario di fare qualcosa che sia al di fuori del suo mestiere .

Quindi alla banca si chiede di fare la banca. Cioè di sostenere un'economia REALE fatta di business e di consumi e oggi di nuovi modelli di business e nuove forme di consumi dei cittadini/consumatori/clienti.

E a proposito di consumi assistiamo a evoluzioni importanti. Intanto allarghiamo l'orizzonte oltre la tematica energetica. Per esempio consideriamo lo sviluppo della mobilità sostenibile [auto ibride, car sharing, car pooling,....] per dare un nuovo senso alla vivibilità delle nostre città, al momento non sempre sufficientemente in grado di dotarsi di mezzi pubblici all'altezza dell'affollamento dei grandi centri urbani; la domanda in vasti strati della popolazione di energia rinnovabile e a minor costo; la domanda di case energeticamente efficienti; la domanda di alimenti sani e rispettosi dell'ambiente, per esempio provenienti da un sistema agroalimentare a chilometro 0;



consumi del territorio ridotti con aree verdi al posto di grattacieli vuoti; beni che riducano gli sprechi, che si possano riciclare e riutilizzare.

Stiamo parlando di fatti concreti ricerche e dati alla mano, di una nuova domanda emergente proveniente da cittadini/consumatori/clienti sempre più coinvolti nella preoccupazione ambientale, desiderosi, come lo siamo noi tutti, di lasciare un pianeta vivibile ai nostri figli e alle future generazioni.

Ed ecco quindi che appare un nuovo orizzonte. Parlando il gergo delle banche nella tradizionale suddivisione mass market, private e corporate il focus è sul MASS MARKET quello delle famiglie e delle micro-piccole imprese ed è questo il campo d'azione dove si capisce quale sia lo sviluppo e la diffusione della green economy.

Nello sviluppo della green economy è interessante immaginare paradigmi basati su prodotti di ingegneria finanziaria o centrare lo sviluppo sull'attività di élite finanziarie seppur illuminate, ma penso sia di gran lunga più significativo considerare lo sviluppo di un FENOMENO DI MASSA, di una



nuova cultura che veda e che vedrà sempre di più in futuro coinvolti milioni di persone , di tutti le fasce di reddito e di tutti i ceti sociali, in una comunità trasversale senza precedenti.

E allora alla domanda 'perché la banca dovrebbe occuparsi di green economy?', la risposta è laconica: 'Perché estrae valore. Perché ci GUADAGNA'. Ed è un bene!

Ecco perché possiamo chiedere alla banca, significativa presenza quotidiana nella gestione delle nostre risorse, di utilizzare la propria autorevolezza per orientare e supportare i nuovi consumi degli italiani, consumi che, come detto, tutti i dati, le analisi e le ricerche danno in evoluzione positiva.

Il valore della banca si evidenzia in almeno 3 aspetti:

- nello sviluppo di una nuova COMPETITIVITÀ capace di costruire eccezionali vantaggi competitivi nella conquista di nuovi clienti;
- nella definizione di un modello REPUTAZIONALE che, attraverso nuove dinamiche relazionali, soddisfi il senso di condivisione ideale tra istituti e clientela che si



riverberi sull'appartenenza e a valle sulla fidelizzazione della clientela;

- nell' INNOVAZIONE nei modelli di business che confortino gli shareholder nella performance di lungo periodo della loro banca.

Quindi cosa è necessario incentivare/favorire perché la banca possa essere un vero motore di sviluppo della green economy?

1. In primo luogo l'evoluzione della CULTURA D'IMPRESA che consideri la responsabilità sociale un principio determinante , un frame concettuale entro cui si alimentino tutte le strategie di mercato in un orientamento al societing dove valore sociale e valore economico siano effettivamente due facce della stessa medaglia;
2. la CAPACITÀ INTERPRETATIVA dei nuovi trend, dei nuovi bisogni e delle nuove technicality della green economy, attraverso la creazione, la formazione e lo sviluppo di nuove competenze eccellenti;



3. l'evoluzione del PRODUCT DEVELOPMENT e del RISK MANAGEMENT. Sembra incoerente pensare di rispondere a nuovi bisogni e a nuovi consumi con i vecchi e tradizionali prodotti e procedure della banca. Non è certo necessaria una rivoluzione ma nuovi riferimenti concettuali/operativi/tecnici co-progettati con la domanda in una logica win-win in grado di superare alcuni stereotipi i cui ricade oggi l'offerta bancaria;
4. la COMUNICAZIONE che sia in grado non solo di informare ma anche di educare, di orientare i comportamenti, di far comprendere le performance ambientali della banca e nell'insieme di valorizzare il nuovo posizionamento di mercato della banca.

Questi ultimi 4 punti rappresentano il mio contributo propositivo per gli Stati Generali della Green Economy.