

Dopo aver dichiarato la sostanziale condivisione a quanto già proposto dal gruppo di lavoro, si propone di integrare i contenuti con queste considerazioni:

1) La Green Economy è soprattutto economia intangibile

Tutto ciò che sono beni e bisogni di natura immateriale hanno la triplice valenza positiva di:

a) Soddisfare pienamente i desideri del consum-attore perché spesso legati a momenti piacevoli di fruizione quali: fruizione di bisogni d'arte, musica, sport, intrattenimento, spettacolo, internet, wellness, beni naturali, beni storici, beni culturali, beni relazionali. Migliorano anche il tono della coesione sociale e, quindi, dell'equità.

b) Avere minimo o nullo impatto sull'ambiente (sono immateriali, appunto, e non determinano sfruttamento di risorse scarse).

c) Produrre un più elevato Valore Aggiunto per le Imprese¹. Infatti, il valore aggiunto delle imprese è proporzionale alla quantità di valore immateriale esistente in un determinato prodotto o servizio (dimostrabile con i nostri studi e pubblicazioni). Si raccomanda pertanto di inserire questa tipologia di beni e servizi all'interno delle tematiche della Green Economy come punto a sé stante, differenziandolo dai prodotti e servizi di natura ambientale.

2) Opportunità strategica

La Green Economy assolve a un ruolo ben più importante che non solo quello del sostegno allo sviluppo economico. Infatti, è proprio tramite il "cuneo" della green economy che è possibile intravedere il futuro dei nostri modelli di consumo, stili di comportamenti sociali, rispetto dell'ambiente e qualità di vita complessiva.

In altre parole, una maggiore consapevolezza produce un diverso modo di rapportarsi con le proprie abitudini, la gente, la comunità di appartenenza, la responsabilità sociale di tutti gli individui, così evolvendo ed emancipando le civiltà.

Inoltre, la green economy – soprattutto quella collegata ai beni intangibili sopra menzionati – è strategica per la Finanza che ha assoluto bisogno di emanciparsi e scrollarsi di dosso l'immagine negativa e speculativa che oggi si porta appresso, perché la impegnerà a recepire nuovi indici collegati ai veri *Drivers* del valore d'impresa, quasi sempre di natura immateriale più che numerica e monetaria.

Infine, questa maggiore consapevolezza aiuta le imprese a un progressivo cambiamento culturale e manageriale che non tocca soltanto i processi produttivi e gli impatti con l'ambiente, ma tutte le altre funzioni aziendali con vere e proprie rivoluzioni negli strumenti di gestione e modo di approcciare il mercato (dalla rivoluzione delle leve di MKT a quella delle politiche di welfare).

3) Migliore precisazione delle raccomandazioni

Nell'ambito della Green Economy forse è opportuno meglio specificare alcuni indirizzi, anch'essi di natura strategica per il nostro paese:

a) Tecnologie impiegate: raccomandare lo sviluppo di quelle di natura bio-imitativa a ciclo chiuso (Blue Economy) in grado di superare la nozione di scarsità con materie prime e materiali di origine naturale e, quindi, per definizione riproducibili all'infinito. Indicare di favorire possibilmente il supporto allo sviluppo di tecnologie italiane originali e non i soliti gruppi oligopolistici mondiali, incapaci di creare valore e occupazione nel nostro paese.

b) Dimensione d'impresa: favorire la rinascita delle PMI in Italia anziché inseguire i falsi miti già ben controllati e protetti da governi ben più potenti del nostro o dalle grandi Corporation mondiali. La natura e struttura del nostro paese - e della sua forza competitiva di sempre - sta proprio nelle PMI ed il primo principio del pensiero strategico è quello di fare forza sulle nostre forze e non, invece, sulle nostre debolezze. E' una questione di posizionamento di paese rispetto alle altre forze competitive per le quali saremo sempre perdenti e impotenti.

c) Ruolo dei territori: le PMI di territorio, unite da un'amministrazione locale illuminata e svincolata dalla burocrazia (Comune), possono esprimere una forte sinergia infrasettoriale tale da produrre una massa critica complessiva, autorevolezza e riconoscibilità che possono andare ben oltre il proprio territorio proprio partendo da applicazioni Green.

d) Superamento del PIL: occorre promuovere lo sviluppo dell'indice BES (Benessere Equo Sostenibile) come una delle variabili di sostegno alla Green Economy, proprio per garantire uno sviluppo economico non solo sostenibile ma anche in grado di produrre benessere per la gente e tutti gli attori del mercato.

PR – PLEF - 26 Settembre 2012

¹ Per Valore Aggiunto intendiamo la differenza tra fatturato netto e costo del venduto (Gross Margin).