

L'INNOVAZIONE DIVENTA SOSTENIBILE, ASSEMBLEA DEL 19.03.2010

A cura del Gruppo Innovazione dei Giovani Imprenditori di Treviso

“Ci sono convegni per i quali la dominante è la noia e paiono quasi autocelebrativi piuttosto che comunicativi, altri invece, come quello di cui scrivo che lasciano per i giorni seguenti uno strascico di riflessioni che talvolta si trasformano in veri input progettuali.” Marco Schiavo descrive così le sue impressioni post assemblea. “L’evento, organizzato dai Giovani Imprenditori di Unindustria Treviso, si è svolto il 19 marzo 2010 presso l’auditorium di S.Croce a Treviso dove si è varato ufficialmente il progetto, particolarmente caro al gruppo innovazione e a quello marketing, che si prefigge di coltivare il percorso a lungo respiro che avrà come titolo L’innovazione diventa sostenibile.”

In poche ore sono emersi molteplici spunti ed i commenti del giorno dopo sono stati tutti positivi. Lo stesso Presidente Alessandro Vardanega ha ribadito il valore dell’iniziativa in quanto prospetta un nuovo modo di fare impresa: *Oggi la sostenibilità è un fattore di responsabilità ma è anche un’opportunità per sviluppare la crescita e la capacità competitiva*, “è l’occasione per rinnovare i progetti per il futuro delle nostre aziende cogliendo l’opportunità di cavalcare con coerenza un trend economico di indiscutibile vantaggio.” A tal proposito gli esempi di successo portati dal coordinatore scientifico del progetto Stefano Micelli della Venice International University sono significativi, “Colossi come Apple, Wall-Mart, Patagonia hanno da tempo tracciato un sentiero che noi dobbiamo percorrere e allargare sino a farlo diventare una nuova autostrada che il consumatore deve percorrere per raggiungere la meta che noi aziende offriremo: un prodotto sostenibile”.

Meno ottimistico ma molto concreto è stato l’intervento di Corrado Clini, direttore generale del Ministero dell’Ambiente e Della Tutela del Territorio e Del Mare che ha patrocinato il progetto e che viene così sintetizzato da Giovanni Zandonà: “Clini parte dall’assunto che per realizzare la c.d. “green economy” bisogna minimizzare l’uso di risorse per la produzione dei beni. Ma questo concetto lineare, mal si concilia con alcuni fattori geo-politici, che Clini sintetizza in tre esempi:

lo sfruttamento esasperato delle risorse del pianeta da parte dei paesi in via di sviluppo nel tentativo di sorreggere la loro crescita vertiginosa; la politica industriale di alcuni paesi, quali Stati Uniti, Brasile e Corea del Sud, che privilegiano investimenti a rischio ambientale pur di favorire l’innovazione tecnologica dei processi produttivi; ed infine la risposta insufficiente che l’innovazione tecnologica e’ riuscita a dare in alcuni settori critici quali quello energetico, delle risorse idriche ed alimentari, al contrario di quanto successo in altri settori, ben più remunerativi, come quello delle comunicazioni.

Entrando piu’ nello specifico della situazione italiana, Clini mette in rilievo anche il rischio che la nostra economia, oltre a dover affrontare le problematiche sopra elencate, potrebbe ritrovarsi a disporre di una struttura produttiva obsoleta nei confronti di USA e Giappone e ciò a causa del nostro ritardo nella ricerca e sviluppo.

Questa situazione, aggravata dalla congiuntura economica che limita il turn-over veloce dei beni di consumo, deve fungere da stimolo e base di partenza per dare l’avvio ad un importante e fondamentale cambio di mentalità. Non e’ sufficiente, infatti, limitarsi a finanziare l’installazione di pannelli solari, per assurdo prodotti all’estero, ma bisogna prendere esempio da aziende come Renault e Nissan , che stanno costruendo il loro futuro su scelte coraggiose ed eco-sostenibili.

Clini conclude infatti con un’esortazione, diretta non solo all’ Italia, ma all’ intera Europa Unita, di credere e cavalcare l’ “onda verde”, essendo la “partita dell’ eco-sostenibilità “ vitale per il nostro futuro.” Per giocare e vincere questa sfida mondiale è però necessario una vera e propria revisione culturale allora “Il dialogo e l’interazione diventano elementi essenziali per la gestione del processo di profondo cambiamento che sta coinvolgendo il sistema economico-finanziario-produttivo delle aziende di tutto il mondo” continua Marco Schiavo, “il calo dei consumi obbliga uno sforzo maggiore per comprendere le esigenze del consumatore stimolando una attenta interpretazione delle discontinuità dei mercati; dobbiamo percepire il dovere di dirigere le offerte verso ambiti che garantiscano il valore aggiunto comunemente condiviso che è base del nuovo approccio offerto dalla green economy. È importante reinterpretare il passato consolidato come ad esempio si dovrebbe fare col Made in Italy, fiore all’occhiello dell’economia italiana; siamo in grado di

rinnovarne l'obsoleta immagine con una attuale interpretazione green? E' un quesito che non sopporta risposte evasive.

Il gruppo innovazione dei GGI è in forma semplificata ciò che sta coltivando il presidente Sarkozy in Francia avendo intuito che la creazione di coscienze eticamente e culturalmente preparate sono il trampolino di lancio della nuova economia".

"Progettare e programmare coltivando le specializzazioni sempre più particolari per approfondire tutti gli aspetti di criticità e generare risposte immediate con virtuosismi tecnologici e corrispondenze economiche" è il messaggio lasciato da Gianluca Vigne presidente Regionale del Gruppo Giovani e ribadito in altra forma anche da Paolo Tamborrini, Ricercatore del Politecnico di Torino.. E' arcaico pensare che tutto ciò che è green non sia tecnologico o non sia efficiente o non sia bello, oggi è fondamentale combinare esigenze estetiche con esigenze pratiche di rispetto ambientale. Riporta Alice Meneghetti: "In tema di design eco-sostenibile non è sufficiente che i prodotti siano solo eco-compatibili, ma questi devono anche piacere al consumatore. Non a caso tale consapevolezza sta determinando il successo del percorso green in molti settori di consumo. Il prodotto di eco-design deve rifarsi alla teoria delle tre R: Ridurre i materiali, Riciclare i prodotti al termine del loro ciclo di vita, Ripensare quindi riutilizzare lo stesso materiale per creare nuovi prodotti." La testimonianza del Direttore di Osram Gerald Katzler ha rafforzato questa tesi dato che da qualche decennio l'azienda trevigiana sta cavalcando la sfida verde pensando a nuovi strumenti di illuminazione che risparmino materie prime e riducano il consumo energetico.

Rispetto a questo l'intervento di Gabriele Centazzo, Amministratore Delegato di Valcucine è stato meno esperienziale ma più diretto ed ha letteralmente rapito la platea di "Santa Croce", Marco Schiavo definisce la sua interpretazione una descrizione emotiva del percorso verso la sostenibilità che "ha raggiunto una dimensione realistica quando ha sintetizzato nella parola ETICA il senso di questa rivoluzione economico-imprenditoriale." "L'eccellente ospite ha voluto entrare con tutti i suoi mezzi nell'ambito green partendo dalla cultura; tesi molto affascinante e condivisibile è senz'altro quella secondo cui la cultura genera conoscenza e questa offre l'opportunità di rielaborare i processi produttivi e gli obiettivi di mercato. Per non parlare del suo ambizioso traguardo: quello di chiudere un ciclo produttivo senza il rifiuto" come l'albero che utilizza anidride carbonica e restituisce ossigeno fonte di vita per gli altri esseri viventi.

Visto l'interesse suscitato nei giovani imprenditori, la Presidentessa Silvia Dal Cin, che ha introdotto l'intera assemblea, non poteva scegliere testimoni migliori per un progetto di grande portata come quello intrapreso dal Gruppo di Treviso, un progetto che è trasversale e che va a segnare profondamente ogni comparto dell'imprenditoria portando alla luce un business che, con i suoi di 10 milioni di euro, è in crescita del 41% all'anno e che, in sfida discontinua rispetto al passato, ci aiuterà a riemergere dalla crisi che ha coinvolto i Paesi industrializzati. E' tempo di una nuova rivoluzione industriale, direbbe Jeremy Rifkin.

Ringrazio per questo articolo i "miei" ragazzi del Gruppo Innovazione che si sono prestati ad un esperimento di pot-pouri giornalistico. Virago Roberta, Coordinatrice del Gruppo di Lavoro.