**GNE2014 – 3° WORKSHOP - GRUPPO GIALLO**

**ABSTRACT E LINK**

1. A Rovereto, l’azienda Progetto Manifattura, ha lanciato a gennaio scorso una scuola per la gestione delle aziende green, perché si capisca l’importanza di come condurre un’impresa in questo campo, sia dal punto di vista economico sia da punti di vista prettamente green, quali la responsabilità sociale, la gestione eco-sostenibile, il green procurement, il crowdfunding, ecc. Il concetto base di un’azienda green è che se vogliamo essere sostenibili, dobbiamo esserlo in ogni aspetto. Dunque informazione ma anche e soprattutto formazione, dei cittadini ma in speciale modo delle imprese.

<http://www.lastampa.it/2014/01/02/scienza/ambiente/focus/rovereto-nasce-una-scuola-di-gestione-per-imprese-green-ZDTtSvk1n2wEwEr6P8JvbI/pagina.html>

1. Cos’è il greenwashing ? in parole semplici, dare l’impressione di essere green anche se non lo siamo, o lo siamo in parte. È stato creato un sito dove si possono trovare valutazioni di imprese internazionali fatte da utenti che giudicano la greenicità, con punteggi ottenuti in base all’uso di parole, slogan, immagini usate dalla pubblicità di un’azienda o di un prodotto, che però non convincono appieno i consumatori circa la reale tutela dell’ambiente. Secondo gli ideatori, queste valutazioni spronano gli utenti a porre massima attenzione su ciò che si vende e come lo si vende; uno strumento, anche se non scientifico, per mettere in cattiva luce chi fa greenwashing, facendogli vendere di meno.

<http://www.greenwashingindex.com/>

1. Il testo unico dell’ambiente è stato redatto dal MATTM nel 2006, aggiornato nel 2010. Il testo disciplina le procedure di valutazione ed impatto ambientale (i cosidetti VIA e VAS), con i relativi criteri di monitoraggio. Ma quali sono secondo voi i principi contenuti in questo testo che portano alle certificazioni green ? quindi trovare il legame che esiste, che permette di passare da quanto affermato nel testo unico ambiente alle modalità pratiche delle certificazioni. Da un testo così vasto era impossibile inquadrare le virtù ambientale di un’azienda; ecco che la certificazione si ottiene anche con parametri quantitativi, ma ispirandosi ai principi sostenuti nel testo unico.

[www.pmbitonto.altervista.org/Testo%20Unico%20Ambiente.pdf](http://www.pmbitonto.altervista.org/Testo%20Unico%20Ambiente.pdf)

1. Lo scorso ottobre si è svolto il Salone della CSR e dell’Innovazione sociale, organizzato tra gli altri dalla Bocconi e UnionCamere. A partire dal concetto di innovazione sociale, ossia di come un’azienda introduce un prodotto/servizio non solo per il suo profitto ma per soddisfare un bisogno sociale, dobbiamo analizzare come le imprese green possono primeggiare nell’innovazione sociale, perché sono soggetti chiave nei processi di sostenibilità. Quindi alla responsabilità sociale le imprese green ne affiancano e promuovono quella ambientale. Ma sta anche ai consumatori avere il ruolo di orientare i mercati con le scelte di acquisto; pertanto la responsabilità sociale afferma una relazione orizzontale, non più verticale dall’alto in basso, tra chi produce/vende e chi consuma, e questa relazione si estende a formare una vera e propria rete.

<http://www.csreinnovazionesociale.it/images/CSR_IS_web.pdf>

1. A febbraio a Milano, al forum della sostenibilità WiGreen, sono state premiate due aziende italiane che si sono distinte in questo campo, una è la Curtiriso, la quale, grazie alle sue certificazioni ISO14064 è riuscita a realizzare un processo produttivo con Bilancio CO2=0, ossia compensa le inevitabili emissioni di CO2 con la produzione di energia da fonte rinnovabile che poi rimette nella rete elettrica (oltre a quella che usa negli impianti). Inoltre promuove la riduzioni di emissioni con sempre maggiori informazioni (su processi e prodotti) ai suoi consumatori.

<http://www.curtiriso.it/it/contents/Riso-Sostenibile/Percorsi-Green/>

<http://www.wigreen.it/wp-content/uploads/2014/02/Occorre-preservare-il-suolo-Da-WiGreen-linvito-a-una-maggiore-tutela-dellambiente.pdf>

1. A febbraio a Milano, al forum della sostenibilità WiGreen, sono state premiate due aziende italiane che si sono distinte in questo campo, una è la SC Johnson Italia, per come valorizza in azienda, la diversità, la sostenibilità, il rispetto delle persone, della famiglia, nell’ottica di rendere inscindibili business ed etica professionale. A livello global, la SC Johnson è riuscita ad implementare diversi impianti eolici ed a biomassa, al fine di risparmiare emissioni di gas serra annui di diverse migliaia di tonnellate.

<http://www.scjohnson.it/nqcontent.cfm?a_id=10093>

<http://www.wigreen.it/wp-content/uploads/2014/02/Serve-maggiore-chiarezza-per-comunicare-la-sostenibilit%C3%A0-WiGreen-offre-lo-spunto-per-far-crescere-leconomia-green1.pdf>

1. E’ risaputo, chi studia Comunicazione me lo insegna, che le strategie comunicative possono fare la differenza, nel bene e nel male, per il successo di un prodotto o anche di un’idea. Se a questo aggiungiamo che quando un argomento viene molto spinto dai media, parlo del Green e della Green Economy in generale, qualcuno comincia a sospettare di quali interessi politico-economici possano nascondere. Due settimane fa esce un articolo che titola “L’olio toscano rischia di essere inquinato:colpa della green economy”. Chiaro che chi scrive con un titolo così dà una bella spallata al concetto pulito che c’è dietro la parola green, allora proviamo a leggere l’articolo…si dice che per scavare nel monte Amiata e posizionare le sonde geotermiche si rischia di estrarre metalli pesanti inquinando la terra dove si produce l’extravergine toscano. E fin qua, si potrebbe essere d’accordo, però chi lo dice ai ns figli che per avere oggi l’olio non inquinato domani avranno l’aria inquinata dal carbone usato nelle centrali fossili ? questo per dire qual è l’attenzione massima che va data alla comunicazione in ambito green, oppure che qualcuno cavalca i suoi interessi (legittimi, s’intende) sperando nella disinformazione di chi legge. Ecco, il vs lavoro, a partire dall’articolo, sarebbe quello di restituire chiarezza a queste tematiche, ossia raccontare i fatti, ma suggerire tutte le implicazioni, non solo quelle che fanno comodo, sostenere la tesi della imparzialità in ambito green, per il bene dell’ambiente (e nostro).

<http://www.today.it/cronaca/centrale-geotermica-amiata-sos-geotermia.html>

1. Le norme ISO14000 descrivono ed indirizzano i SGA all’interno di un’impresa (o anche di un ente pubblico o altra organizzazione), sono volontarie e permettono di migliorare l’impatto ambientale di quell’azienda, dandone trasparenza all’esterno. Ma com’è la situazione delle imprese italiane? Quante adottano un SGA, con quali risultati, in quali settori ? insomma vi propongo una indagine o ricerca su questo argomento, anche per conoscere il grado di sensibilità delle imprese italiane alle tematiche green (la ISO14000 non è una certificazione vera e propria ma questa indagine può dare comunque un quadro utile al riguardo).
2. Un articolo recente uscito sul NYTimes delinea la situazione delle startup europee e della loro funzione di innesco per le tecnologie sostenibili e per le imprese green. In questo settore la competenza specialistica e la preparazione degli incubatori d’impresa possono rappresentare una carta vincente, anche agli occhi degli investitori. Si evince dall’articolo che in Europa il numero di startup è piuttosto ridotto rispetto all’esplosione avvenuta negli USA, che si tratta perlopiù di realtà collegate a centri di ricerca universitari, cresciute lentamente ma comunque di alta qualità, sia per il contenuto tecnologico che per le implicazioni in ambito green. Olanda, Danimarca e GB i paesi con più startup in questo campo, anche per le maggiori agevolazioni fiscali.

<http://www.nytimes.com/2014/03/10/technology/tech-incubators-focus-on-keeping-europe-green.html?partner=rss&emc=rss&_r=1>

1. A fine 2013 è stato rilasciato da Fondazione Symbola e UnionCamere il rapporto 2013 di GreenItaly, che descrive lo stato dell’arte delle imprese green in Italia. Si parla di numeri, statistiche, di come queste imprese possano essere il valore aggiunto della ns economia, in grossa difficoltà. Volevo che da questo rapporto vi soffermaste sull’argomento Giovani e Green Economy (c’è un Focus dedicato a questo argomento), sottolineando come gli investimenti sui giovani da parte di queste imprese portano un beneficio sociale al paese (quindi anche in questo caso responsabilità sociale).

<http://www.symbola.net/assets/files/GREENITALY-2013_1383565303.pdf>