

ECONOMIA | FORMAZIONE

Volumi
d'affariUltima
chiamata
per l'Europa

Carlo Purassanta «Lo slancio decisivo», Egea Editore, 2022.

Il futuro non aspetta. Soprattutto in un mondo sempre più digitale in cui i dati prodotti in un solo anno duplicano la quantità totale a disposizione dell'umanità. Perché la quarta rivoluzione industriale - fondata su Big Data e intelligenza artificiale - è appena iniziata ma è già dominata da giganti tecnologici americani e cinesi. E l'Europa? Animata da grandi valori, rallentata da regolamentazioni che faticano a restare al passo coi tempi, è finita senza quasi accorgersene nelle retrovie. Nel libro «Lo slancio decisivo», Carlo Purassanta spiega perché questo sia il decennio determinante per il nostro destino industriale, l'ultima chiamata prima che il ritardo accumulato in precedenza rispetto ai colossi globali diventi troppo grande per essere colmato. Già alla guida di Microsoft Italia e Microsoft France e oggi vice presidente esecutivo di Ion, Purassanta ha dedicato il suo percorso professionale allo sviluppo dell'ecosistema digitale nel Vecchio continente, lavorando all'interno delle più grandi multinazionali del settore. Ha avuto modo di toccare con mano non solo l'accortezza con cui imprese e istituzioni locali tendono ad avvicinarsi all'innovazione, ma anche l'eccezionale valore aggiunto che l'Europa potrebbe offrire se riuscisse a valorizzare le straordinarie risorse a sua disposizione. Non solo i suoi talenti, ma anche i suoi valori, in grado di trasformare il proprio tessuto industriale e produrre nuove forme di prosperità. «I prossimi dieci anni saranno fondamentali per il nostro continente - commenta Purassanta -. Se riusciremo a fare gli investimenti giusti con lucidità e ambizione, potremo non solo recuperare il ritardo, ma costruire valore economico per noi europei e per il mondo».



Cisita Un progetto con Fiasa e Ergo Srl per affiancare le aziende nella sfida «green»

La sostenibilità oggi è una leva per competere

di Sara Colonna



Alberto Savina
Direttore di Fiasa.



Michele Merola
Responsabile business unit
Sostenibilità di Ergo Srl.

Le imprese non hanno scelta e devono adeguarsi al cambiamento richiesto dai grandi temi: crescita e sostenibilità. Ne abbiamo parlato con Alberto Savina, Direttore di Fiasa e con Michele Merola, Responsabile BU Sostenibilità di Ergo srl (Spin-off della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa) e Ricercatore Green - Università Bocconi.

Dottor Savina, quale rilevanza ricopre il tema della sostenibilità dal vostro punto di vista?

«La sostenibilità si lega in modo inconfondibile alle conseguenze negative che genera la sottovalutazione o la mancanza di attenzione al tema stesso. I cambiamenti climatici, lo sfruttamento del suolo e delle sue ricchezze che non bastano più a soddisfare i consumi annui della popolazione mondiale. Diventa quindi centrale la serietà e l'impegno che debbono essere rivolti a tematiche che possono causare danni irreversibili. La politica, le imprese, i cittadini debbono fare ciascuno la propria parte senza ulteriori esitazioni. Il progresso è un processo che non può essere fermato ma è indispensabile sostenerlo con modalità differenti rispetto a quelle utilizzate fino ad oggi. Gli stili di vita e i modelli di business del futuro dovranno necessariamente essere fondati sulla sostenibilità sia ecologica che sociale».

Quali sono gli obiettivi alla base del percorso formativo progettato con Cisita Parma e realizzato grazie all'intervento dei consulenti di Ergo srl?

«La finalità consiste nell'avviare un servizio di affiancamento alle aziende nell'approccio a questa tematica. Successivamente vorremmo accompagnare le aziende nella fase di realiz-

zazione degli obiettivi che ciascuna di loro si porrà, al fine di migliorare la sostenibilità della loro attività imprenditoriale. Crediamo molto nel valore di questo servizio che rappresenta la volontà di Fiasa di dare il proprio contributo al raggiungimento degli obiettivi che potranno rendere più compatibili, da un punto di vista ambientale, le attività economiche delle imprese».

Dottor Merola, come è stato strutturato l'intervento formativo progettato con Cisita Parma e che ha coinvolto Alberto Savina e la sua realtà?

«Stiamo vivendo un periodo di grande fermento per le aziende sul fronte della sostenibilità. Ci sono almeno 3 fattori di contesto che spingono con forza verso una maggiore sostenibilità delle imprese: il mercato, con clienti - anche B2B - e consumatori che richiedono prodotti e servizi sempre più green. Il corso ha mirato quindi a fornire un quadro generale, presentando da un lato l'evoluzione del contesto con approcci particolarmente innovativi - si pensi ad esempio all'economia circolare - e dall'altro a fornire una panoramica sugli

strumenti operativi che sono a disposizione delle imprese: dal Report di sostenibilità ai Sistemi di Gestione Ambientale, dall'impronta ambientale all'ecodesign».

Dal vostro punto di vista di società focalizzata sulla gestione ambientale e sul management della sostenibilità, quali sono oggi gli aspetti più rilevanti per il mondo aziendale in tema, appunto, di sostenibilità?

«La sostenibilità oggi è diventata una leva per competere sul mercato e acquisire nuovi clienti. In un momento in cui tutte (o quasi) le aziende comunicano sulla sostenibilità e crescono le pressioni del contesto, il rischio di comunicare senza «avere i titoli» per farlo è oggi più elevato rispetto al passato, con il pericolo per le imprese di cadere in pratiche greenwashing, anche inconsapevole. Dal nostro punto di vista, la parola chiave per le imprese interessate alla sostenibilità è: credibilità».

La sostenibilità non si improvvisa. Non esiste lo Strumento o l'Azione che rende le imprese più sostenibili, ma si tratta di intraprendere un percorso verso la sostenibilità, scegliendo strumenti e misure che più si adattano alla propria impresa. Il suggerimento che diamo noi alle aziende è di sviluppare una Strategia di sostenibilità che passa da 4 step: misurare i propri impatti ambientali, capendo quali sono più significativi; pianificare, dandosi degli obiettivi per incrementare il proprio livello di sostenibilità; fare azioni di sostenibilità sia rispetto ai propri servizi/prodotti sia rispetto all'organizzazione e poi verificare i benefici derivanti, per pianificare ulteriori azioni, in un'ottica di miglioramento continuo».



Alberto Savina: «Gli stili di vita e i modelli di business dovranno essere fondati sulla sostenibilità ecologica e sociale»