

Academy CNA Veneto: “Economia sostenibile e circolare: come, quando, perché”

“Le imprese possono diventare protagoniste dell’innovazione ambientale. Il primo passaggio verso un modello più sostenibile è quello di ripensare la progettazione dei prodotti”

Valentina De Marchi professoressa associata all’Università di Padova e Presidente di [GRONEN -Group for Research on Organizations and the Natural Environment](#)

“Le imprese possono diventare protagoniste dell’innovazione ambientale. Il primo passaggio verso un modello più sostenibile è quello di ripensare la progettazione dei prodotti”. **Valentina de Marchi**, professoressa associata all’Università di Padova e Presidente di [GRONEN -Group for Research on Organizations and the Natural Environment](#), parte dal design e dalla costruzione del prodotto per tracciare la strada da seguire per le imprese intenzionate a raccogliere la sfida dell’economia sostenibile e circolare come occasione di sviluppo e partecipazione alla definizione di modelli di sostenibilità.

Cooperazione e comunicazione: per **Valentina de Marchi**, ospite dell’incontro conclusivo di Academy [CNA Veneto](#) sono questi i due strumenti di cui le imprese medie e piccole possono dotarsi per far conoscere più e meglio gli investimenti, altrimenti invisibili, fatti in termini di sostenibilità. Professoressa associata all’Università di Padova e Presidente di [GRONEN -Group for Research on Organizations and the Natural Environment](#) de Marchi rivela che la sostenibilità, così come l’economia sostenibile e circolare rappresentano un valore aggiunto di cui oggi si parla molto, molto richiesto,

ma paradossalmente ancora poco promosso da parte delle imprese artigiane.

“Per comunicare bene i nostri effettivi investimenti in sostenibilità le imprese hanno davanti a loro due strade – **ha detto collegata via web** – la prima è quella delle certificazioni ambientali realizzata attraverso degli enti di certificazione che garantiscono l’affidabilità del percorso fatto (ndr. cooperazione), l’altra è invece quella della comunicazione istituzionale attraverso i canali, social, sito, di comunicazione dell’impresa (ndr. comunicazione)”.

De Marchi individua poi quattro parole chiave legate al mondo della sostenibilità: la **centralità**, intesa come l’azione di porre al centro del valore creativo il valore stesso della sostenibilità, il **coraggio** inteso come affrontare le sfide più pressanti per la società, la **pazienza**, ovvero la sfida di darsi come metro di valutazione nuove metriche oltre l’anno fiscale e infine la **cooperazione** intesa come la condivisione di rischi e opportunità con università, consumatori e altri soggetti.

Quali sono gli errori che le imprese non devono fare? Abbracciare la tesi negazionista (il cambiamento climatico non esiste, la sostenibilità non interessa), l’avidità (il cambiamento climatico non permette di fare business) e infine l’incapacità e overload (non si può fare perché per me oggi è troppo: non si può fare). In sintesi potremmo dire il fatto di partire da una posizione di chiusura nei confronti del tema.

Divisi in due gruppi i dirigenti di CNA Veneto hanno riflettuto sul tema

*Fotografie: © Renato Zanette Fotografo, www.renatozanette.com
– © Arcangelo Piai fotografo, www.arcangelopiai.it*





















































