

di Giampaolo Colletti\*, [@gpcolletti](#),  
[esperto@millionaire.it](#)

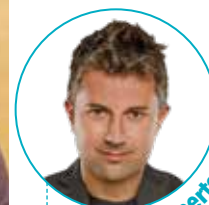
Sostenibilità = business.  
 Come si produce un prodotto  
 conta più del prodotto stesso.

## SEGNI PARTICOLARI: CIRCOLARI

**D**immi come produci e ti dirò chi sei. Ovvero dimmi quanto pensi all'ambiente e alla comunità e ti dirò se acquisterò da te. La trasformazione che stiamo vivendo nel mondo dei consumi corrisponde a un cambio di paradigma rispetto al valore del prodotto o del servizio. Ciò che conta oggi per il consumatore non è più soltanto ciò che si produce, ma anche come lo si produce. Così l'attenzione si sposta sulla produzione, sulla filiera, sul trasporto. Una rivoluzione dettata probabilmente dall'effetto Greta Thunberg: i brand si stanno ripensando con un'attenzione alla sostenibilità, al riciclo, all'impatto sull'ambiente e sulle comunità. A certificarlo è stato il Reputation Institute nel suo rapporto 2020, *Global Trend in Reputation*. Così il *climate change* emerge in ben 5 dei 10 trend evidenziati per l'anno 2020, arrivando a tagliare tutti gli ambiti del fare impresa. Così hanno fotografato il nostro mondo i ricercatori, intervistando centinaia di top manager di 18 settori di 55 Paesi. «Oggi il 40% della reputazione di un brand è legato all'impatto sociale e ambientale, il prodotto pesa attorno al 35%. Poi col 25% le performance economico-finanziarie e quelle legate alla leadership» racconta Fabio Ventrone, vice-presidente di Reputation Institute, realtà presente in più di 40 mercati che misura ogni anno la reputazione di oltre 10mila aziende nel mondo.

### BIODIVERSITÀ IN SCATOLA

Una partita, quella dell'ambiente, che si gioca su uno scacchiere globale e digitale. E dove i piccoli giocano ad armi pari con i grandi. Sono le idee che fanno la differenza. Lo ha capito un gruppo di professionisti ed entomologi dell'Università di Bologna. Hanno deciso di accendere un'impresa molto particolare: vendono scatole colorate con insetti e piante all'interno. Ecosistemi di biodiversità da preservare. «Ciascuno oggi può riciclare, consumare meno, ma finora nessuno poteva entrare davvero nei



Il nostro esperto

\* È un giornalista e digital storyteller. Nel 2010 ha fondato [www.wwworkers.it](#), community che aggrega migliaia di lavoratori della rete, raccontata in *Wwwworkers*, edito da Gruppo24Ore. Nel 2017 ha pubblicato il libro *Sei un genio* (edito da Hoepli).



processi» afferma Gianumberto Accinelli (foto 1), anima scientifica e ideatore delle nuove linee di prodotto. Così nasce 12 anni fa Eugea, spinoff universitario portato avanti da un team di 4 persone con una cooperativa sociale. Oggi queste scatole vengono adottate da istituzioni, aziende, cooperative e privati. «In una scatola c'è la vita. I nostri giardini sono habitat ecologici in miniatura, capaci di popolarsi di piante gentili e di insetti utili, contribuendo alla salvaguardia della biodiversità dell'ecosistema. Diamo ai cittadini strumenti concreti per trasformare un terrazzo, un giardino, un angolo verde metropolitano» precisa Gianumberto.

### UN BRINDISI ALL'AMBIENTE

Intanto a Ischia due sorelle hanno deciso di dare nuova vita agli scarti del vino. Si chiamano Marina e Sara D'Ambra e lavorano da anni nell'impresa vitivinicola di famiglia. Un'intuizione geniale diventata impresa. «Le vinacce sono quelle parti scartate dalla pressatura dell'uva. Di fatto, uno scarto. Una parte l'abbiamo sempre riutilizzata per fertilizzare la terra. Un'altra per le grappe, in distilleria. Restava però sempre uno scarto rilevante, che prevede uno smaltimento speciale. Quello scarto ora è diventato valore» ha raccontato Marina D'Ambra (foto 2), dell'impresa D'Ambra Vini D'Ischia, eccellenza italiana nel mondo attiva dal 1888 e oggi conosciuta anche sui mercati esteri. «Siamo una ventina di collaboratori, produciamo vini con uve autoctone». Dall'azienda vitivinicola alla speciale linea cosmetica a base di vinacce, per trasformare in ricchezza per il corpo ciò che resta dalla pigiatura della vendemmia. La nuova impresa si chiama Divine Cosmetics, per i consumatori che guardano ad ambiente, comunità e futuro.