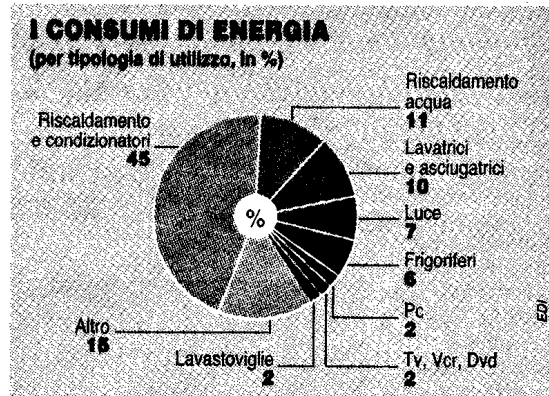
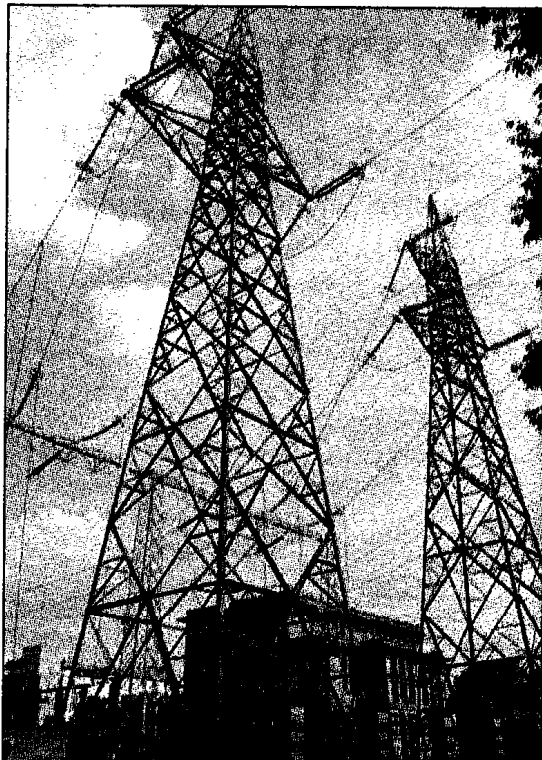
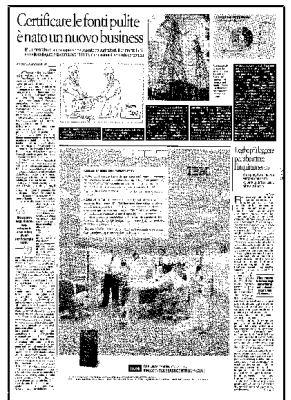


# Certificare le fonti pulite è nato un nuovo business

E' un mercato in rapida espansione trainato da vari fattori: il primo tra tutti è quello collegato alla compravendita delle emissioni di anidride carbonica



Condizionatori e riscaldamento fanno la parte del leone nei consumi di energia nel nostro Paese. Lo dimostra chiaramente la tabella qui sopra



ANTONIO CIANCIULLO

Roma

«Green is the new black». Pasquale Pistorio, il manager che ha creato il suc-

cesso della STMicroelectronics, lo ripete spesso. Vuol dire che l'ecolo-

già è di moda e fa anche guadagnare. Guadagnare soprattutto in campo energetico come ha dimostrato la storia dell'STM che nel 2006 è arrivata a un attivo di 170 milioni di dollari solo per la voce legata all'efficienza energetica. Ora, con il petrolio in ascesa libera, i margini di profitto aumentano: cresce il vantaggio del risparmio e cresce l'appeal delle fonti pulite. Soprattutto se certificate.

Un mercato in rapida espansione trainato da vari fattori. Il primo è il giro d'affari attorno alla quotazione delle emissioni di anidride carbonica mirata al rispetto dei parametri del protocollo di Kyoto. In pochi anni la CO2, un gas che costituisce un problema fondamentale per il mantenimento della stabilità climatica, si è trasformata in un nuovo business: una materia prima che si vende e si compra in tutto il mondo. E infatti le Borse europee del carbonio prevedono gli scambi di quote di anidride carbonica tra 11 mila imprese.

Questo commercio ha stimolato il processo di innovazione tecnologica e gli investimenti in fonti rinnovabili: strumenti utili per abbassare i consumi e passare dalla parte del peccatore costretto a comprare i diritti di emissione a quella del virtuoso che avendo ridotto più del dovuto le sue emissioni è in grado di vendere al miglior offerente l'extra quota di tagli, quelli che vanno oltre il livello imposto dagli accordi di Kyoto. Un percorso che va definito attraverso procedure in grado di garantire la correttezza del sistema evitando le scorciatoie praticate da chi cerca di vendere "aria calda",

**“**  
**Gran parte degli italiani oggi è disposta a spendere di più per l'energia verde**  
**”**

gata. Sul primo fronte sono molto

cioè tagli alle emissioni di gas serra determinati non dal miglioramento del sistema energetico ma dal crollo della produzione collegato alla crisi economica.

Da qui il boom dei sistemi di certificazione che documentano la correttezza dei meccanismi di compensazione e la qualità dell'energia erogata.

attive due società: AzzerCO2 e Lifegate. Lifegate ha coinvolto in 6 anni più di 450 aziende nell'operazione di compensazione delle emissioni serra prodotte dalla loro attività. Mentre da una costola di AzzerCO2 è nato — in collaborazione con Federparchi e Kyoto Club — il progetto parchi per Kyoto basato su un codice etico che dà regole per i progetti di forestazione e per la gestione dei crediti ottenuti sul mercato volontario (quello aggiuntivo rispetto agli impegni governativi sul protocollo di Kyoto). I primi 40 parchi per Kyoto sono stati individuati all'interno di parchi regionali e nazionali: ognuno metterà a disposizione un'area di almeno 5 ettari per un totale di 200 mila alberi piantati.

Sul fronte parchi per Kyoto si sono messe in moto anche le Coop: 2 mila punti raccolti facendo la spesa in un supermercato Coop equivalgono a un albero piantato all'interno di parchi urbani, regionali, nazionali o internazionali. Ogni albero piantato permette l'abbattimento di 700 chili di anidride carbonica, equivalente alle emissioni di gas serra prodotte da 4 anni di spostamenti dalla casa al punto di vendita Coop da parte della persona che ha ottenuto i punti (calcolando 3 viaggi a settimana di 5 chilometri l'uno).

Accanto alle certificazioni sul sistema di compensazioni mirato all'eliminazione dell'impatto serra delle varie attività, ci sono poi le certificazioni che riguardano la sostenibilità dell'energia rinnovabile prodotta. Un'energia che, per poter essere definita sostenibile, deve avere alcune caratteristiche. Derivare da una fonte che riproduce quotidianamente il suo potenziale (sole, vento, calore della terra, bio-

massa.) Ma anche essere eticamente corretta, cioè non derivare da impianti creati al prezzo di gravi sofferenze (come le mega dighe che

comportano la distruzione di decine o centinaia di villaggi).

In questo settore si è inserito da

pochi giorni un nuovo protagonista:

ai marchi degli operatori del settore si è aggiunto il rilancio del marchio di una onlus, la Reef, certificato dalla società specializzata Cesi e garantito da una commissione formata da associazioni ambientaliste (Legambiente, Wwf), associazioni dei consumatori (Adiconsum, Cittadinanzattiva), Comitato Ecolabel e Gestore dei servizi elettrici.

Ma quanto costa al cittadino acquistare energia sostenibile? «Ogni operatore fissa il suo prezzo — risponde Anna Taddei, di Agsm Verona — Nel nostro caso una famiglia che abbia un consumo medio, cioè attorno ai 3 mila chilowattora annui, aderendo alla proposta di usare energia verde paga un extra di 18 euro all'anno, poco più di un caffè al mese».

Il mercato dell'energia verde vale oggi il 3 per cento dell'elettricità prodotta in Italia ma potrebbe essere in rapida crescita sia perché la

media europea è pari al 10 per cento sia perché le fotografie sull'attitudine verso la spesa energetica che emergono dai vari sondaggi indicano una buona disponibilità all'acquisto da parte degli italiani. Secondo i dati raccolti da Simone Molteni, di Lifegate, quasi nove consumatori su dieci a livello mondiale passerebbero a fornitori di energia che aiutano a ridurre il livello delle emissioni di gas serra e più della metà sarebbe disposta a cambiare fornitore scegliendo un competitor più sensibile al problema. In Italia il 91 per cento degli intervistati ha chiesto uno sforzo sostanziale al governo per ridurre i gas serra (è l'82 per cento negli Usa e il 70 per cento nel Regno Unito). «Italiani sopra la media — continua Molteni — anche per quanto riguarda la disponibilità a pagare di più per avere prodotti e servizi che riducano le emissioni: si è detto favorevole il 71 per cento contro il 69 per cento della media globale».

