



Green marketing and territorial marketing

Final conference

Bologna, 13th December 2012

Apertura dei Lavori

Graziano Prantoni

Assessore alle Attività produttive e Turismo

L'iniziativa di oggi rappresenta un momento importante e significativo: il convegno di chiusura del progetto Ecomark. Per oltre due anni attraverso questo progetto abbiamo avuto l'occasione di approfondire le tematiche della green economy applicate ai parchi ecoindustriali e di confrontarci a livello europeo con le esperienze condotte dai nostri partner dei paesi del mediterraneo: Spagna, Francia, Grecia, Slovenia.

Il progetto nella sua fase iniziale ha prodotto studi e analisi di benchmarking finalizzate a mettere in relazione le esperienze di aree industriali green presenti nei diversi paesi per trovare una metodologia di valutazione dei punti di forza di queste esperienze e per mettere in luce la possibile trasferibilità delle diverse soluzioni adottate nei differenti contesti nazionali europei.

Ecomark ha poi prodotto linee guida e soluzioni operative finalizzate a supportare ed accompagnare quei soggetti, pubblici, privati, associativi, che volevano cimentarsi con la progettazione e la realizzazione di servizi innovativi per le imprese. Ci siamo concentrati particolarmente su servizi per la logistica sostenibile, per l'aumento dell'informazione relativamente all'efficienza energetica e alle opportunità finanziarie legate alle energie rinnovabili, per i piani di marketing operativi da sviluppare e implementare nei territori e nelle aree industriali.

Confidiamo che questi strumenti siano dei supporti utili per aiutare coloro che desiderano qualificare le aree produttive esistenti o progettarne di nuove con un occhio alla sostenibilità ambientale, alla qualità urbanistica e all'alto livello di innovazione dei servizi.

Ecomark ha anche prodotto opportunità formative e di conoscenza. Un corso di alta formazione realizzato in collaborazione con Alma Graduate School ha visto la partecipazione di oltre 50 allievi provenienti dal mondo delle istituzioni, dal settore privato, dalla libera professione, dai centri di ricerca, dalle organizzazioni pubbliche di supporto allo sviluppo locale. Un insieme eterogeneo di soggetti che ha avuto modo di confrontare prospettive e visioni progettuali legate all'economia ecologica e al management verde delle imprese. Molte idee e spunti presentati durante lo svolgimento di Ecomark sono poi stati sintetizzati in un manuale generale per le aree produttive e in un manuale operativo in grado di rappresentare un agevole sussidio per coloro che vogliono approfondire metodologie e strumenti di green management e di green marketing per il territorio.

Poiché il marketing ci spinge a comunicare, a far bene le cose e a farlo sapere al numero

maggiore possibile di persone, nella sua fase finale il progetto ha prodotto materiali informativi, alcuni molto classici e consueti come depliant, opuscoli, schede di sintesi e guide operative. Altri invece che utilizzano i linguaggi multimediali come forma comunicativa e i nuovi media come veicoli di diffusione dei contenuti. Oggi avremo un assaggio di questi contenuti e ai partecipanti è stato distribuito il materiale video prodotto all'interno del progetto Ecomark. Spero che il prodotto video e multimediale sia apprezzato.

Il convegno di oggi non vuole comunque essere un semplice momento celebrativo. E' a tutti gli effetti un incontro finalizzato a scambiare idee, ipotesi progettuali e prospettive di sviluppo. Nella prima sessione alcuni dei più importanti esperti nazionali di marketing ed alcune delle più avanzate esperienze di ricerca e progettazione nel campo delle aree industriali verranno presentate ai partecipanti al convegno. Si delineeranno gli studi più promettenti nel campo del management attento alla valorizzazione dell'ambiente, si esporranno i casi di imprese impegnate in attività di simbiosi industriale finalizzate a chiudere i cicli di utilizzo delle risorse (rifiuti, energia, materie prime e servizi).

Questo aspetto è particolarmente importante per noi perché dimostra che è possibile trovare forme innovative di cooperazione tra imprese basate sullo scambio di materie prime, sull'ottimizzazione di servizi, sulla logica di rete nei processi produttivi presenti in un'area industriale. Queste avanzate esperienze europee delineano a mio avviso promettenti spunti per progetti di marketing del territorio da sviluppare anche nel territorio bolognese.

E' con particolare soddisfazione poi che presentiamo oggi il piano di marketing messo a punto per le aree dell'area bolognese e gli approfondimenti operativi testati su un'area territoriale specifica: quella di Budrio. Questo piano ci consegna idee e suggerimenti per legare strettamente azioni di green economy e azioni di marketing del territorio. Sarà inoltre interessante vedere in parallelo le esperienze che i partner greci hanno sviluppato all'interno di Ecomark, sempre su questi aspetti di marketing territoriale.

Come dicevo prima, l'interazione e l'interscambio sono alla base dell'incontro di oggi e proprio per questo la seconda parte della giornata è dedicata a una tavola rotonda che vede assieme il sindaco di un Comune, la dirigente di un'importantissima azienda di utilities e servizi ambientali ed energetici, l'esponente di un'associazione di imprese, la responsabile di un'innovativa azienda che opera nel settore dei servizi ambientali. Questo intreccio va proprio nella logica di intrecciare fittamente riflessioni, punti di vista, approcci all'economia ecologica e al green management.

La parte finale della Conferenza vuole essere un ulteriore momento di ascolto e raccolta di proposte: più che delle conclusioni formali essa rappresenta un tentativo di fare un bilancio dell'esperienza intrapresa, anche per delineare il modo di capitalizzare i tanti risultati e i tanti spunti e per cercare di capire dove e come applicare le idee e le innovazioni così copiosamente scaturite da Ecomark.

Il programma è quindi molto denso ed è bene entrare immediatamente nel merito dei temi e degli ambiti di approfondimento, per arrivare a comprendere a fondo le tante implicazioni del rapporto tra green management, imprese e territorio.

Ma è doveroso prima di avviare i lavori ringraziare l'Università di Bologna che ci ospita, il Direttore del Dipartimento di Scienze Aziendali, Carlo Boschetti, che con convinzione ha collaborato all'iniziativa, l'Unione Europea e il Programma MED che hanno finanziato le attività e permesso così di realizzare questo progetto.