

**95r**

## **Ecologia ed imprenditorialità.**

**Businaro U. L.**

*Lettera a prof. E. Gerelli, Sottosegretario Ministero Ambiente, 20 febbraio 1995*

La crescita dei vincoli ambientali rende sempre più oneroso l'esercizio dell'attività imprenditoriale per prodotti con forte impatto ambientale (legato alla fase di produzione e/o all'utilizzazione del prodotto stesso). Ciò può avere un effetto deprimente sulla creatività imprenditoriale presa sempre più dalla necessità di interventi per adattare i prodotti esistenti ai requisiti nuovi. Tuttavia, se l'intervento ecologico cambia le specifiche per i prodotti attuali, produce nel contempo cambiamenti nel comportamento sociale che apre opportunità per prodotti nuovi.

Le brevi riflessioni che seguono si concentrano appunto su quest'ultimo punto. Da più parti infatti si afferma che la salvaguardia ambientale può rappresentare un'opportunità per la creatività imprenditoriale legata alla concezione di prodotti nuovi 'hard' o 'soft' (servizi).

V.L. BUSINARO

ECOLOGIA ED IMPRENDITORIALITÀ (\*)

La crescita dei vincoli ambientali rende sempre più oneroso l'esercizio dell'attività imprenditoriale per prodotti con forte impatto ambientale (legato alla fase di produzione e / o all'utilizzazione del prodotto stesso). Ciò può avere un effetto deprimente sulla creatività imprenditoriale presa sempre più dalla necessità di interventi per adattare i prodotti esistenti ai requisiti nuovi. Tuttavia, se l'intervento ecologico cambia le specifiche per i prodotti attuali, produce nel contempo cambiamenti nel comportamento sociale che apre opportunità per prodotti nuovi.

Le brevi riflessioni che seguono si concentrano appunto su quest'ultimo punto. Da più parti infatti si afferma che la salvaguardia ambientale può rappresentare un'opportunità per la creatività imprenditoriale legata alla concezione di prodotti nuovi 'hard' o 'soft' (servizi).

E' noto che le peculiarità ambientali stimolano la creatività dell'inventore-imprenditore che riesca a percepire come i bisogni particolari che ne derivano creino opportunità per nuovi prodotti. Si prenda come caso estremo quello di un ambiente molto peculiare come Venezia. La distribuzione di merci anche voluminose e pesanti nelle calli, passando su ponti a gradinata, ha portato allo sviluppo di carretti e cariole a mano dotate di una prolunga con ruota piccola che serve a superare la scalinata gradino per gradino facendo leva sul gradino superiore. Col *senno di poi* l'invenzione non è gran cosa. Tuttavia qualcuno ha saputo trasformare un bisogno peculiare in un'opportunità anche se piccola e modesta. Il caso di Venezia è importante perché rappresenta un ambiente estremo in cui è facile notare quanti siano i bisogni peculiari non soddisfatti dal 'portafoglio' di prodotti correnti. Ad es. mancano a Venezia - nel bene o nel male che essi rappresentano - gli ipermarket. E ciò non tanto perché manchino le superfici per realizzarli, ma perché i clienti non possono arrivarci con l'auto e quindi assicurare il trasporto fino alla soglia di casa dei numerosi pacchetti e pacchi (a volte anche voluminosi e pesanti) che chi vi si reca finisce per acquistare. Se la grande distribuzione rappresenta un'efficace calmiera ai costi, è Venezia destinata ad essere un posto in cui la vita è più cara che in altre città? È Venezia destinata al declino - come città 'normale e completa' - per mancanza di servizi moderni, oppure questa peculiare situazione potrebbe spingere a volgere l'attenzione creativa imprenditoriale a 'nuovi prodotti e servizi' adatti alle peculiarità dell'ambiente?

A titolo di esempio 'fanta-imprenditoriale' si può immaginare che gli ipermercati vengano sostituiti da una rete di 'botteghe virtuali' che espongono grazie a CD-rom le merci su 'scaffali virtuali' e che il cliente scelga a suo agio seduto davanti ad un terminale confrontando costi ed etichette e poi faccia la lista della spesa che gli verrà recapitata a domicilio. Le botteghe virtuali possono venire gestite in franchising da piccoli esercenti che ottengono dalla società della grande distribuzione tutta l'informazione e la strumentazione necessaria e che si preoccupa poi di far pervenire la merce a domicilio prelevandola da un magazzino.

Lasciamo ora il caso molto particolare di Venezia sempre soffermandoci tuttavia, a titolo di esempio, ad analizzare le potenzialità di creatività per prodotti nuovi a seguito delle trasformazioni in atto nelle grandi città. Si sta perdendo quello che rappresentava il fascino della vita cittadina rispetto a quella di campagna e che era legato tra l'altro all'opportunità di partecipare direttamente agli eventi e spettacoli (teatro, opera, ecc.) che solo nella città si producono. In realtà la grande città è diventata un deserto umano denso di persone alienate che corrono da un luogo ad un altro dove si svolgono funzioni specializzate per poi finire stanchi a sera nel dormitorio di una periferia indistinta ed omogeneizzata. E' possibile recuperare una dimensione più a misura d'uomo come si riscontra ancora nelle cittadine di provincia? Uno scenario interessante al riguardo per i grandi agglomerati urbani è quello di una città multipolare in cui i quartieri acquistino dignità di cittadina con il loro centro, la loro

(\*) lettera del 20/2/1995 a prof. E. Gerelli, Sottosegretario ministero dell'ambiente

"piazza". Se uno scenario del genere corrispondesse al desiderio, magari inespresso, di recuperare il senso di appartenenza alla città in cui si vive, nuove opportunità di prodotti e servizi potrebbero emergere che, mentre si avvalgono del bisogno inespresso, lo attuano attraverso la loro realizzazione. Un'idea al riguardo, legata alle nuove tecnologie dell'informazione e delle telecomunicazione, è quella delle *piazze telematiche*. Il quartiere periferico può costruire la propria 'piazza' centro delle attività sociali nella quale si riproducono le opportunità del 'grande centro' sia attraverso dei centri di servizi telematici (municipali ed altro) sia attraverso la realizzazione di "teatri" telematici, piccole sale in cui su grande schermo, ad alta definizione e a costi ridotti, si riproducono gli spettacoli che nello stesso istante sono in atto nei grandi teatri cittadini.

Fino a che punto la creatività imprenditoriale può cogliere opportunità nuove che si presentano grazie ai nuovi bisogni che emergono dai cambiamenti in atto? Quello delle sale di 'teatro virtuale' ha lo svantaggio di non rappresentare un esempio di 'mercato puro'. La realizzazione di prodotti e servizi dipende da politiche di intervento pubblico da 'inventare' ed attuare.

D'altra parte l'intervento pubblico già in atto determina nuovi bisogni che sta all'imprenditore attento cogliere. Un esempio, per quanto banale, può essere legato ai nuovi bisogni legati alla realizzazione di politiche di limitazione dell'uso di veicoli privati in città. Poiché la 'qualità' offerta dall'uso dell'auto (ad es. la facilità di trasportare pacchi) non è sempre garantita dal mezzo pubblico, la limitazione di circolazione dei mezzi privati può portare al declino economico di una zona. Da qui la resistenza all'attuazione di politiche di salvaguardia ambientale. Da qui tuttavia anche lo stimolo a considerare la possibilità di sviluppare prodotti nuovi che aumentino la 'qualità' del mezzo di trasporto pubblico e che trovino una domanda privata. L'esempio banale è quello di un carrello a mano per il trasporto di pacchi che sia elegante, comodo ed efficiente. La creatività imprenditoriale ha saputo sbizzarrirsi per realizzare prodotti ingegnosi nel design e che utilizzano tecnologie e materiali di avanguardia se si tratta di 'trasportare' dei bambini. Non ha invece saputo cogliere ancora le opportunità legate al trasporto di pacchi che le limitazioni nell'uso dell'auto produrranno.

Altri esempi possono essere fatti sia riguardo ai problemi legati alle trasformazioni urbane, che per altri settori. Quelli sopra riportati, per quanto banali o fantasiosi, servono a mettere in luce due aspetti: da una parte l'esistenza di potenzialità di mercato (privato o pubblico) per prodotti e servizi nuovi che la creatività imprenditoriale deve poter cogliere attraverso una lettura attenta dei cambiamenti sociali in atto (legati ai necessari interventi per la salvaguardia ambientale e per la qualità della vita), e dall'altra la necessità di concepire prodotti e servizi nuovi che rendano possibile il concepimento dapprima e la realizzazione poi di nuove politiche ambientali.<sup>1</sup>

In generale, con riferimento al caso urbano ma estensibile ad altre problematiche, si può affermare che i cambiamenti in atto del *sistema urbano* portano a sfide percepite per lo più come negative cui occorre reagire per evitare un declino della qualità della vita. La possibilità di reazione del sistema sia a seguito di piani o intrinseca dipenderà dal portafoglio di idee e prodotti vecchi o nuovi, hard o soft, pubblici o privati di cui il sistema (attraverso gli attori pubblici o privati) potrà disporre per il cambiamento. Poiché molte delle problematiche che emergono sono nuove (ad es. legate alla forte interattività dei vari sottosistemi urbani vicini alla soglia di saturazione) è assai probabile che il portafoglio esistente sia insufficiente, e quindi occorra sviluppare nuovi approcci, idee e prodotti. Da qui la forte

<sup>1</sup>Un esempio importante di intervento pubblico che ha permesso la realizzazione di nuovi prodotti e servizi è certamente quello del Mini Tel francese. Altri possono venire immaginati e realizzati.

opportunità che si pone per lo sviluppo della creatività a tutti i livelli, sia degli attori pubblici che privati. La novità delle soluzioni da trovare richiede anche l'uso di idee tecnologiche nuove. Per fortuna stiamo assistendo allo sviluppo di un nuovo "regime tecnologico" (cicli tecnologici cinquantennali?) fortemente basato sulle nuove tecnologie informatiche e telematiche che potrà aiutare a elaborare nuove idee di processi, infrastrutture, prodotti e servizi.

Quello del sistema urbano è un esempio molto importante di problematica legata ai cambiamenti ed alla salvaguardia ambientale per l'interazione tra ambiente urbano (fisico e sociale) e l'ambiente globale in particolare in Europa dove circa l'85% della popolazione vive in zone urbane. Sembra esservi quindi spazio per considerazioni di politiche pubbliche - in un'ottica a medio e lungo termine - che si riferiscano ai vari aspetti della problematica oltre ai due sopra indicati.

In via preliminare si elencano i seguenti punti come importanti per detta politica:

- aiutare a percepire le opportunità legate al nuovo regime tecnologico, in particolare attraverso una *alfabetizzazione* informatica estesa a tutti i livelli degli operatori (ideale sarebbe di potere avere lo stesso livello di cultura informatica analoga a quella che era nel passato il livello di cultura *meccanica* - si veda la quantità di brevetti meccanici presi da inventori anche di curriculum scolastico modesto),
- aiutare la creatività imprenditoriale a sviluppare in anticipo prodotti e servizi nuovi per il mercato (ad es. attraverso il lancio di concorsi per la realizzazione di prodotti di cui si anticipa una specifica),
- stimolare la realizzazione di prototipi di 'componenti e sottoinsiemi' tecnologici (ad es. nuovi 'elementi' di *tecnologia urbana* da inserire nel 'sistema' urbano per avviare il cambiamento nella direzione voluta) da utilizzare per poter concepire cambiamenti di politica pubblica per la salvaguardia ambientale.

via Vela 27  
I - 10128 TORINO

tel. +39-11- 562.30.88 / 562.37.98  
fax .+39-11- 436.06.79

Torino, 20 febbraio 1995

**To:** prof. Emilio Gerelli  
Sottosegretario Ministero Ambiente

**Address:**

p.za Venezia, 00100 ROMA

**fax: 06 - 70363350**

**tel.**

**From:** Ugo L. Businaro

no. of pages, cover included: 4

*Message*

---

Caro prof. Gerelli,

come d'accordo Le allego una breve nota con alcune considerazioni su come favorire lo sviluppo di imprenditorialità verso nuovi prodotti che rispondano a problematiche di salvaguardia ambientale.

Cordiali saluti

Ugo L. Businaro