

Il mercato spinge verso questi processi

Tra i benefici assicurati la resilienza alle crisi, i conti e l'apertura all'export

Cagliari Perché si fa il passo verso il bio? A questa domanda risponde il Rapporto "Bioeconomia 2023" realizzato da **Unioncamere**, **Centro Studi Tagliacarne** e **Cluster Spring**.

Le prime motivazioni sono la naturale evoluzione del settore e la richiesta del mercato di riferimento (67,0%). Bio è anche una scelta di innovazione: la terza motivazione fa riferimento alla volontà di innovare i processi. Più contenuti gli aspetti legati alla convenienza di costo, alla carenza di materia prima non bio e alla grande disponibilità di materia prima bio nel settore di riferimento (in tutti e tre i casi meno del 20%).

Le motivazioni market driven aumentano al crescere della dimensione aziendale. Tendenza simile riguarda la motivazione legata alla richiesta del mercato di riferimento. I vantaggi del biobased hanno motivazioni diverse: si va da quella legata a questioni etiche a quelle connesse con la competitività, passando per l'impronta ambientale, come la riduzione degli impatti. Pesano di meno, apparentemente una stranezza, i vantaggi legati al miglioramento del processo produttivo. Eppure essere totalmente bio porta vantaggi anche in termini di recupero/riciclo dei prodotti e riduzione degli impatti ambientali.

E veniamo ai conti. Essere bio si riflette anche sui bilanci. Le Imprese biobased registrano migliori perfor-

mance rispetto alle non biobased sia in termini di fatturato che di resilienza: il 34,8% delle imprese bio ha superato nel 2022 i livelli produttivi pre-Covid contro il 25,1% delle non bio. Le imprese biobased sono più aperte ai mercati esteri e hanno registrato un aumento dell'export, merito anche di investimenti più elevati in tecnologie 4.0, in processi e prodotti a maggior risparmio energetico, idrico e/o a minore impatto ambientale. L'anima green delle imprese bio comporta anche manager dedicati e rendicontazione di sostenibilità. A questi dati, scontati si accompagnano però altri, che lo sono meno. Tra questi investimenti in attività che favoriscono la salute e/o il benessere dei lavoratori e la conciliazione casa-lavoro. La propensione a fare innovazione collaborando con università, fornitori e clienti fa parte delle caratteristiche della stragrande maggioranza di imprese bio, ma la collaborazione più determinante per lo sviluppo del bio è quella con i clienti/consumatori: quasi nove imprese su dieci attribuiscono ad essa un'importanza abbastanza o molto elevata.

Bio a spese del pubblico? Meno del previsto. Prevengono l'autofinanziamento e il credito bancario, non a caso le policy più richieste riguardano il sostegno finanziario per riconversioni produttive, una strategia nazionale, formazione e cultura in bioeconomia. ●

